

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА**



**Международная научная конференция
молодых ученых и студентов
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Том 1

Донецк

25-26 апреля 2019 г.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА**

Проблемы развития социально-экономических систем

Материалы Международной научной конференции
молодых ученых и студентов
(Донецк, 25-26 апреля 2019 г.)

Том 1

Донецк
Издательство ДонНУ
2019

УДК 330.342.146-043.86

ББК У.я 431

Редакционный коллектив:

Полшков Ю.Н. (главный редактор), Краснова В.В., Лукьянченко Н.Д.,
Половян А.В., Шилец Е.С.,
Кошелева Е.Г., Некрасова О.Л.,
Ибрагимхалилова Т.В., Трошкин А.В.,
Кужелева А.А., Брагина Э.Р.,
Мустафаева Д.Ф., Воробьева Ю.С. (отв. секретарь)

Общая редакция: д-р экон. наук, доцент Полшков Ю.Н.

*Рекомендовано к печати Ученым советом
экономического факультета
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Протокол от 23.05.2019 г. № 9*

П 781 Проблемы развития социально-экономических систем:
Материалы Международной научной конференции молодых ученых и студентов (Донецк, 25-26 апреля 2019 г.). – Том 1 / под общей редакцией д.э.н., доц. Ю.Н. Полшкова. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2019. – 455 с.

Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей.

© Коллектив авторов, 2019 г.

© Экономический факультет ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019 г.

© Совет молодых учёных ЭФ ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019 г.

© Донецкий национальный университет, 2019 г.

Наука – это попытка привести хаотическое многообразие
нашего чувственного опыта в соответствие с некоторой единой
системой мышления.
Альберт Эйнштейн



Дорогие друзья, коллеги, молодые ученые,
студенты!

Сборник материалов Международной научной конференции молодых ученых и студентов «Проблемы развития социально-экономических систем» объединил в себе научные труды и исследования, совместные инициативные работы преподавателей и студентов образовательных учреждений и организаций Донецкой Народной Республики, а также научные работы специалистов, молодых ученых и студентов из стран ближнего зарубежья.

В сборнике представлены более трехсот тезисов по актуальным темам таких направлений, как: экономика предприятия, экономическая безопасность, управление персоналом и экономика труда, маркетинг и логистика, международные экономические отношения, международный бизнес, национальная и региональная экономика, география, modern economic trends, математические методы в экономике, региональная идентификация в дизайне.

Широкий спектр представленных результатов научной деятельности дает импульс для сравнения методологии выполняемых научных работ, для переноса успешно зарекомендовавших себя инструментов на новые исследовательские объекты, для создания совместных творческих коллективов преподавателей и студентов.

Роль науки в развитии Донецкой Народной Республики неотъемлема, поэтому приумножение фундаментальных знаний является приоритетной задачей высших учебных заведений. Сегодня большое значение приобретает обмен опытом со специалистами из ближнего зарубежья, что побуждает строить экономику Республики в соответствии с новыми технологическими укладами.

Искренне желаю всем участникам плодотворной работы, новых открытий и выражаю надежду, что данный сборник научных тезисов станет очередным этапом для новых исследований!

Сопредседатель организационного комитета,
и.о. декана экономического факультета
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
доктор экономических наук, доцент

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Ю.Н. Полшков'.

Ю.Н. Полшков

Секция «Экономика предприятия»

Бикбаева Д.И., студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
dbikbaeva@mail.ua

**ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА
КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ ООО «NESTLE РОССИЯ»**

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что планирование производства и сбыта продукции является неотъемлемой составляющей управленческого процесса любого хозяйствующего субъекта. Грамотно составленный план позволяет решать целый комплекс вопросов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Анализ основных исследований и публикаций. Теоретическим и прикладным аспектам планирования, в том числе и в части производства и сбыта продукции, посвящены работы отечественных и зарубежных экономистов: Акоффа Р., Бухалкова М. И., Горемыкина В. А., Ильина А. И., Мэскона М.Х. и ряда других. Вместе с тем, многогранность проблем планирования производства и сбыта продукции требует дальнейших углублённых исследований в этой сфере, что и предопределило выбор темы, цель статьи.

Целью статьи является определение современного содержания и последовательности осуществления процедур планирования производства и сбыта продукции, практическая реализация аналитических технологий исследования рынка как основы внутрифирменного планирования, а также разработка рекомендаций по его совершенствованию в ООО «Nestle Россия».

Результаты исследования. Проведенное исследование современного содержания и последовательности осуществления процедур планирования производства и сбыта продукции показало, что данный процесс является неотъемлемой составляющей эффективного управления предприятием. Он позволяет выявлять и использовать конкурентные преимущества, своевременно принимать превентивные меры по снижению разного рода рисков.

Процесс планирования производства и сбыта продукции может быть представлен в виде шести основных этапов, представленных на рис. 1.



Рис. 1. Основные этапы процесса планирования производства и сбыта продукции

Следовательно, отправной точкой данного процесса выступает аналитическое исследование рынка.

Рынок кондитерских изделий Российской Федерации отличается широким ассортиментом, подходящим человеку с любым вкусом и любым доходом. На данный

момент лидерские позиции занимают десять субъектов, поставляющих кондитерские изделия. К ним относятся: Mars, Nestle, Ferrero, Славянка, Mondelez Int. Они формируют 44% объема рынка и 58% выручки от реализации сладкой продукции [1]. Несмотря на то, что кондитерские изделия не являются продуктами первой необходимости, спрос на них стабильно растёт.

Среднедушевое потребление кондитерских изделий в стране по итогам 2018 г. составило 24,6 кг на душу населения. Общая ёмкость российского рынка кондитерских изделий составляет приблизительно 3 579,3 млн кг (= 145,5 млн чел.*24,6 кг) в год, и этот показатель продолжает стабильно расти.

Структура рынка кондитерских изделий в Российской Федерации представлена нами на рис. 2.

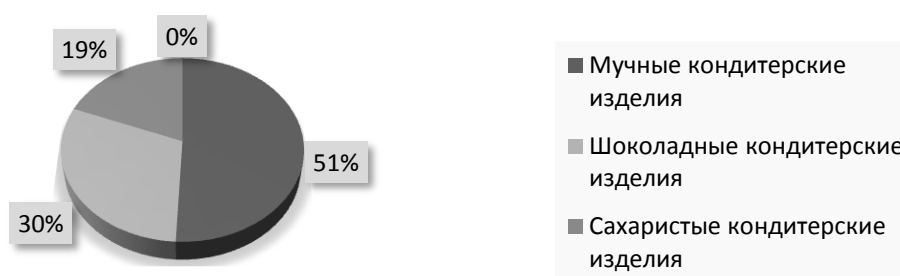


Рис. 2. Структура продаж кондитерских изделий в Российской Федерации в 2014-2018 гг.

Как видно из рис. 2, наибольшую долю (51%) рынка кондитерских изделий в Российской Федерации занимает сегмент мучных изделий. Вторыми по объему продаж являются шоколадные кондитерские изделия. За период 2014-2018 гг. их доля составила 30,2%, а на долю сахаристых кондитерских изделий пришлось 19,0%.

В 2017 г. по сравнению с 2016 г. объем производства шоколада в России увеличился на 3,9% и составил 123,5 тыс. тонн. Объем производства шоколадных конфет увеличился на 15,2% и составил 516 тыс. тонн. Эти изменения произошли на фоне общего увеличения потребления шоколада. В среднем по России в 2017 г. потребление шоколада на душу населения составило 4,7 кг шоколада в год, что на 0,4 кг больше, чем в 2016 г. Тенденция к росту потребления существует и сейчас.

Сейчас все чаще на рынке пользуются спросом нишевые изделия – шоколад с перцем, с солью и другие необычные сочетания. Также стремительно растет спрос на экологические и органические продукты.

Структура сегмента шоколадной продукции российского рынка кондитерских изделий представлена на рис. 3. Плиточный шоколад занимает наибольшую долю рынка – 47%. С ним пытаются конкурировать весовые конфеты – 33%. Шоколадные батончики и коробки конфет пользуются маленьким спросом – 11% и 9% соответственно [5].

Увеличивается спрос на шоколад премиум-класса, что обусловлено популярностью «здорового образа жизни».

ООО «Nestle Россия» – один из наиболее популярных производителей не только на российском рынке, но и в мире. Его главное преимущество – узнаваемость бренда.

Однако, несмотря на то, что в 2017 г. ООО «Nestle Россия» стало лидером продаж в кондитерской отрасли, получив выручку в размере 123 491 млн. руб., показатели результативности его деятельности постепенно снижаются [5]. Главным недостатком в системе планирования в ООО «Nestle Россия» выступает ориентированность менеджмента по большей части на процесс производства, нежели на сбыт.

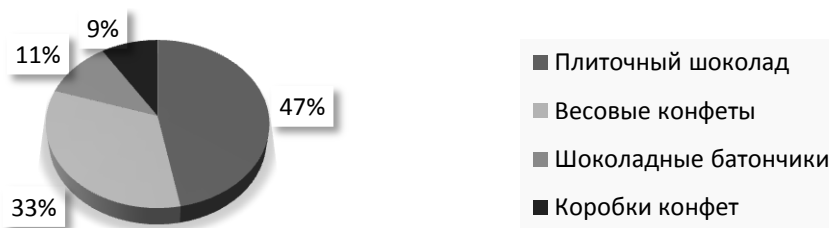


Рис. 3. Структура шоколадного рынка Российской Федерации в 2018 г.

С целью совершенствования планирования производства и сбыта продукции ООО «Nestle Россия» нами разработаны основные приоритетные направления его развития. Наивысшую приоритетность получила цель «Расширение ассортимента продукции». Это вызвано тем, что предприятие характеризуется недостаточно эффективной обратной связью с потребителем, излишним консерватизмом менеджмента и т.д. Регулярное изучение спроса и налаживание связи с потребителем связано с предыдущей целью, поэтому имеет схожую приоритетность. Проведение опросов, организация игр и различных мероприятий увеличит доверие к продукции, создаст обратную связь с потребителем, что позволит усилить ориентацию на его предпочтения. Кроме того, ООО «Nestle Россия» недостаточно активно следует современным тенденциям экологичного производства, в то время как мировое бизнес-сообщество держит курс на экологическое потребление, избавление от отходов и органическое производство. Предприятие направляет свои ресурсы исключительно в одну сферу – утилизацию пластика [6].

Выводы. Результаты, полученные в ходе исследования рынка кондитерских изделий в России, показали, что с каждым годом спрос на сладкую продукцию всех видов стабильно растет вследствие ежегодного увеличения потребления. Все чаще на появляется необычная продукция (шоколад с перцем чили, с морской солью, с мятой). Для предприятий со слабой технологической базой и консервативным отделом разработчиков такие нововведения становятся проблемой, снижающей продажи и рейтинг в целом. Чтобы сохранить позиции на рынке, ООО «Nestle Россия» следует пересмотреть производственную программу, обратив внимание на создание новой уникальной продукции. Также необходимо провести ревизию и убрать с производства ту продукцию, которая себя не окупает, и привлекать больше креативных сотрудников, которые не будут бояться пробовать что-то новое, а также идти на контакт с потребителями, чтобы лучше понимать, какая продукция нужна рынку.

Список литературы:

1. Анализ потребления кондитерских изделий в России 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sugar.ru/node/25902> (дата обращения 05.04.2019г.).
2. Бухалков, И.И. Внутрифирменное планирование / И.И. Бухалков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2003. — 400 с.
3. Морозова, Т.Г. Прогнозирование и планирование в условиях рынка /Т.Г. Морозова, А.В. Пикулькин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 279 с.
4. Обзор российского рынка кондитерских изделий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2130> (дата обращения 05.04.2019г.).
5. Обзор российского рынка шоколадных изделий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/specprojects/markets3/chocolate-6.phtml> (дата обращения 05.04.2019г.).
6. Результаты деятельности ООО «Nestle Россия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.nestle.ru/media/newscomp> (дата обращения 05.04.2019г.).

Вожжова В.В., студентка
Селиванова Ю. В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
viky.vozhzhova@gmail.com

АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ КАК ОСНОВА ПРИМЕНЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДА ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Актуальность темы определяется тем, что представление о величине экономического потенциала субъекта хозяйствования и отдельных его элементов является неотъемлемым инструментом принятия эффективных управленческих решений тактического и стратегического характера. Оценка стоимости основных фондов, как составляющей производственного потенциала, может осуществляться посредством применения доходного, затратного и сравнительного подходов. В свою очередь, определение рыночной стоимости основных фондов сравнительным подходом базируется на ценах сделок с аналогичными объектами, скорректированных на выявленные различия в их характеристиках. Возможности использования рыночного подхода к оценке потенциала основных фондов определяется состоянием и тенденциями развития рынка недвижимости, что обуславливает необходимость его анализа, подчеркивает актуальность темы исследования.

Цель данного исследования – анализ состояния и тенденций развития рынка недвижимости Российской Федерации в контексте определения возможности применения сравнительного подхода к оценке потенциала основных фондов субъектов хозяйствования.

Результаты исследования. Проведенное исследование показало, что оценка потенциала основных фондов субъектов хозяйствования в рамках сравнительного подхода заключается в том, что стоимость оцениваемого объекта недвижимости определяется исходя из стоимости аналогичных объектов на рынке. В этой связи основным условием применения методов сравнительного подхода при оценке производственного потенциала является активность рынка недвижимости и доступность качественной информации о сделках с аналогичными объектами [3]. Следовательно, определение стоимости объектов недвижимости базируется на результатах проведенного оценщиком анализа рынка недвижимости.

Недвижимость – главная составная часть национального богатства, на долю которой приходится более 50% мирового богатства. Без рынка недвижимости не может быть рынка вообще, т.к. рынок труда, рынок капитала, рынок товаров и услуг и т.д. для своего существования должны иметь или арендовать соответствующие помещения, необходимые для их деятельности. Основой сравнительного подхода является предположение, что цены на сопоставимые конкурирующие объекты напрямую связаны с рыночной стоимостью объекта оценки. Таким образом, анализируя рынок недвижимости, используя методы сравнительного подхода возможно спрогнозировать стоимость оцениваемого объекта с учётом отличительных черт регионального рынка.

Вопросы развития рынка жилья России набирают все большую значимость, поскольку большая часть населения нуждается в улучшении жилищных условий. Законодательная база рынка недвижимости России претерпела большие изменения за последние годы, поскольку увеличилось число сделок с недвижимостью, появились новые участники рынка, изменилась структура жилого фонда по формам собственности. Вместе с тем на сегодняшний момент отечественный рынок недвижимости развивается не лучшим образом. Это связано, в первую очередь, со

снижением платёжеспособности населения.

Анализ российского рынка недвижимости необходимо начать с рассмотрения основных событий и цифр. Официальный уровень инфляции в России, по данным Федеральной службы статистики, в 2017 г. составил 2,5% против 5,4% в 2016 г. [2]. При этом на протяжении 2017 г. Центральный банк Российской Федерации снижал ключевую ставку в общей сложности шесть раз. Если в марте она равнялась 10%, то в конце декабря опустилась до предкризисных 7,75% годовых. Не исключено, что процесс продолжится. Для покупателей жилья это означало снижение ставок по ипотечным кредитам, однако неценовые условия кредитов не смягчились.

Главная новость на ипотечном рынке начала 2017 г. – окончание программы господдержки жилищного кредитования на покупку квартир на первичном рынке недвижимости. С 1 марта государство прекратило субсидировать ипотеку до уровня 12%, поскольку ставки снизились естественным образом. Кредиты становились доступнее в течение всего года. В январе средневзвешенная ставка по ипотечным кредитам равнялась 11,54%, а 1 декабря – 9,8%. В результате объемы кредитования в 2017 г. оказались рекордными и побили результаты 2014 г.: за 11 месяцев 2017 г. было выдано более 935 тысяч кредитов более чем на 1,7 трлн. рублей. Предпосылкой расширения кредитования послужило и принятие на законодательном уровне ряда нормативных актов, ужесточающих требования к компаниям строительной отрасли, в частности, к уставному капиталу и прозрачности работы застройщиков. В целом итоги 2017 года по вводу жилья превзошли прогнозы Министерства строительства. За 2017 г. российские застройщики ввели жилой недвижимости на 2% меньше, чем за 2016 г. [2].

Рассмотрим структуру ввода в действие жилых домов в Российской Федерации (табл. 1) [1]. Строительство жилья ведётся предприятиями и организациями различных форм собственности, а также населением. Основная доля приходится на организации с частной формой собственности – около 48% от общего объема введенного жилья.

Таблица 1

Ввод в действие жилых домов организациями различных форм собственности и населением в Российской Федерации за период 2016-2017 гг.

Показатель	Млн. квадратных метров общей площади жилых помещений		Удельный вес в общем объеме ввода, %	
	2016	2017	2016	2017
Введено в действие зданий - всего	80,2	79,2	100	100
в том числе:				
организациями всех форм собственности:	48,4	46,2	60,4	58,40
из них:				
государственной	2,2	2,4	2,7	3,0
муниципальной	1,7	1,9	2,1	2,4
смешанной российской	0,5	0,5	0,6	0,6
частной	40,2	38,7	50,1	48,9
населением за счет собственных и привлеченных средств	31,8	33,0	39,6	41,6

На протяжении 2016-2017 гг. наблюдается постепенный рост ввода в действие домов государственной, муниципальной формами собственности (с 2,7% до 3%, с 2,1% до 2,4% соответственно), при этом количество ввода жилых домов частной собственности уменьшилось с 50,1% до 48,9% от общего объема введенного жилья. Вместе с тем, эти изменения являются незначительными, поскольку в Российской Федерации происходит приватизация земельных участков и зданий, в основном, частными лицами.

Далее рассмотрим динамику средней цены предложения на рынке вторичного жилья (табл. 2). Средняя цена предложения 1 кв. метра на вторичном рынке жилой недвижимости плавно снижалась в течение всего года на 0,6–1,3% за квартал. Таким образом, в IV квартале 2017 г. средняя стоимость оказалась на 3,4% ниже, чем в IV квартале 2016 г. Более того, среднеквартальная цена в конце 2017 г. (около 58 740 рублей) оказалась наиболее низкой за последние четыре года: по отношению к IV кварталу 2013 г. падение составило 4,2%, 2014 г. – 9,2%, 2015 г. – 7% [2].

Таблица 2

Динамика цены предложения на вторичном рынке в расчете за месяц в 2017 г.

Месяц	Цена, руб./кв.м.	К 12.2017, %	К пред. месяцу, %
12.2016	60 396	–	–
01. 2017	60 287	0,2	–
02. 2017	59 928	-0,8	-0,6
03. 2017	59 876	-0,9	-0,1
04. 2017	59 954	-0,7	0,1
05. 2017	59 528	-1,4	-0,7
06. 2017	58 961	-2,4	-1,0
07. 2017	59 259	-1,9	0,5
08. 2017	59 132	-2,1	-0,2
09. 2017	58 967	2,4	-0,3
10. 2017	58 679	-2,8	-0,5
11. 2017	58 894	-2,5	0,4
12. 2017	58 651	-2,9	-0,4

Выводы. Сравнительный подход на прямую зависит от активности рынка, а рынок недвижимости в России продолжает стремительно развиваться. Сравнительный подход является наиболее оптимальным, эффективным и верным методом установить рыночную стоимость объекта [4]. В ближайшие два года экспертами прогнозируется возможное повышение стоимости кредитования застройщиков и населения, которое повлечёт за собой снижение спроса на рынке недвижимости. Застройщики будут реагировать на это уменьшением объема вводимых площадей, осуществлением консервативной политики, снижением заинтересованности в новых проектах. Кроме того, на рынок недвижимости России будут влиять и другие факторы, среди которых основными являются увеличение налоговой нагрузки, усиление контроля государства за строительным бизнесом, развитие российского производства, цифровая экономика, кредитование, развитие городов и другие.

Список литературы:

1. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. / Росстат – М., 2018 – 522 с.
2. Годовой отчет 2017. Рынок недвижимости: цены на аренду и продажу в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.domofond.ru/pricearchive/downloads/74/annual-report-2017> (дата обращения: 06.04.2019)
3. Прокофьев, К. Ю. Рынок недвижимости: понятие, анализ (на примере рынка городской жилой недвижимости) / К. Ю. Прокофьев // Экономический анализ: теория и практика. – № 3 (354). – 2014. – С. 43-55.
4. Филиппова, Т. Я. Методы оценки стоимости объектов недвижимости в рамках сравнительного подхода: противоречия или единство законодательной и методологической базы / Т. Я. Филиппова, В. В. Прокопенкова, С. В. Беспалов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2016. – №4 (36). – С. 46-53.

Голик А.С., студент,
Полякова Э. И., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»
epok13@mail.ru
polakova_e_i@mail.ru

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССУ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Практикой доказано, что основной движущий фактор производства – это работники. Их квалификация, образование, подготовка, мотивация деятельности являются важнейшими элементами производительных сил и главным источником развития экономики. Поскольку существует прямая зависимость конкурентоспособности экономики и уровня благосостояния населения от качества трудового потенциала промышленных предприятий и организаций, то предложенная тема является актуальной и важной для изучения.

Анализ последних исследований и публикаций. Факторы, влияющие на процесс формирования трудового потенциала, исследовали такие зарубежные и отечественные ученые, как: Г. В. Осовская, О. В. Крушельницкая, Л. А. Згалат-Лозинская, Л. М. Малярец, И. П. Отенко. Осовская Г.В., Крушельницкая О.В. [1] придерживаются мнения, что трудовой потенциал развивается под влиянием многих факторов, основными из которых являются социально-экономические и демографические факторы. Згалат-Лозинская Л.А. [2] считает, что трудовой потенциал состоит в основном из факторов уровня развития производственных отношений и производительных сил. Малярец Л. М., Отенко И. П. [3] рассматривают внешние факторы, влияющие на развитие трудового потенциала, и среди них выделяют макроокружение трудового рынка и уровень его потенциального развития.

Цель исследования: конкретизация факторов, влияющих на процесс формирования трудового потенциала работников промышленных предприятий, на основании системного подхода, оптимизация их количества, рассмотрение трудового потенциала работников в современных условиях информатизации и выявление адаптированных к требованиям современного общества трудовых навыков.

Результаты исследования. Трудовой потенциал представляет собой наличие у индивидуума, первичного трудового коллектива и общества в целом скрытых, еще не проявивших себя возможностей или способностей в соответствующих сферах жизнедеятельности. Следовательно, необходимо выявить и развить эти способности для того, чтобы они приносили максимальную пользу обществу, то есть сформировать трудовой потенциал предприятия.

В процессе реализации трудовой потенциал не только персонифицируется личным фактором производства, на него влияют изменения внешних и материальных факторов производства, происходящие постоянно под влиянием научно-технического прогресса. Л.А. Згалат-Лозинская [2] предложила структуру развития трудового потенциала, которая состоит из следующих факторов:

- 1) уровень развития производительных сил;
- 2) уровень развития производственных отношений;
- 3) развитие общей культуры и духовности населения;
- 4) реализация экологических программ;
- 5) реализация демографической политики государства;
- 6) улучшение социально-правовой защиты населения;
- 7) совершенствование системы охраны здоровья населения и др.

К сожалению, автор отдельно выделила только два фактора: уровень развития производительных сил и уровень развития производственных отношений. Все остальные представленные факторы не являются сгруппированными, они приведены в виде списка. В этой структуре факторов развития трудового потенциала группируются три основных уровня: развитие производительных сил; развитие производственных отношений и социально-культурно-экономическое развитие.

Целью этой научной статьи является конкретизация перечня факторов, которые в современной жизни оптимизируют процесс формирования трудового потенциала работников, с учетом построения информационного общества, а также рассмотрения основных принципов выбора стратегических ориентиров эффективного развития трудового потенциала работников.

Вследствие постоянного изменения структуры производительных сил происходит высвобождение субъектов производственной деятельности трудового потенциала, использованного ранее. Это свидетельствует о необходимости анализа изменений технической реорганизации для разработки следующих мероприятий: по подготовке и переподготовке работников; социальной защите высвобожденных работников; защите их от безработицы. Развитие средств производства облегчает и упрощает труд работников предприятия, а также постоянно приводит к изменению в содержании и процессе самого труда. Это повышает требования к расширению профессиональных знаний и повышению квалификационного уровня работников, усиливая роль высшего и специального образования. На качество трудового потенциала непосредственно влияет характер производственных отношений. Это, прежде всего, касается интересов трудоспособного населения, его трудовых мотиваций, хозяйственных способностей и трудовых традиций.

Для оптимизации трудового потенциала по показателям качества необходим не только массив факторов, но и вектор, а также сила воздействия на элементы качества. Для этого необходимо конкретизировать структурные элементы трудового потенциала, выявить резервы повышения его качества. Следует принять во внимание тот факт, что современное общество является информационным, поэтому его основным признаком и качественным параметром является роль инноваций и переформатированные на их основе технологии. Сегодня информация играет доминирующую роль в ускорении технического прогресса, уменьшении доли материального производства в валовом общественном продукте, стремительном развитии сферы услуг, и на базе этого улучшается качество жизни. Распространение информационных технологий привело к снижению трудоемкости рабочих процессов вследствие автоматизации производства, росту трудовой мобильности (межпрофессиональной и межтерриториальной) и возникновению новых форм занятости – виртуальных рабочих мест за счет формирования информационной мобильности населения.

На современном этапе общественного развития рост числа занятых в сфере информационных технологий привел к преобладанию в отраслевой структуре нематериальных форм производства, а также возникновению новых видов экономической деятельности и формированию спроса на новые профессии. Основной задачей развития информационного общества является содействие каждому человеку на основе широкого использования современных возможностей создавать информацию и знания, пользоваться и обмениваться ими, производить товары и оказывать услуги, в полной мере реализуя свой потенциал, повышая качество своей жизни и способствуя устойчивому развитию государства. Качественный переход к информационному обществу должен предусматривать разработку информационно-коммуникационных технологий с одновременным их внедрением в различные сферы общественной жизни. В контексте использования и развития трудового потенциала это требует

стимулирования инновационной деятельности экономически активного населения, разработки и внедрения информационно-коммуникационных технологий именно отечественного производства. Для эффективного развития и использования трудового потенциала информационное общество должно иметь компьютерную и информационную грамотность и требует следующих системных действий:

1) по всем направлениям образовательной подготовки – совершенствование качества образовательных услуг с достаточным материально-техническим обеспечением получения соответствующих знаний и навыков;

2) в отношении отдельных специалистов, обладающих соответствующим потенциалом, развитие профильных специализаций высшего образования при активной профориентационной работе;

3) в отношении лиц старшего возраста, ранее не получивших соответствующих знаний, на начальной стадии развития информационно-коммуникационных технологий, стимулировать участие в специализированных курсах приобретения базовых навыков компьютерной грамотности.

Информационное общество предъявляет следующие требования к развитию и использованию трудового потенциала: развитие «электронных» секторов экономики; электронная биржа; электронная торговля и др. В контексте влияния на трудовой потенциал развитие этих секторов приведет к возникновению новых видов экономической деятельности и, как следствие, к созданию новых рабочих мест, в том числе с возможностью гибких форм занятости. Для отдельных индивидов развитие «электронных» секторов экономики предоставит возможность вторичной занятости в качестве дополнительного источника дохода и способа реализации трудового потенциала. Еще одно важное направление развития информационного общества – это защита информационных прав граждан. В аспекте эффективного развития и использования трудового потенциала это требует создания безопасных систем сбора, обработки и хранения информации с минимально возможной допустимостью вмешательства и другого умышленного вреда и ущерба.

Выводы. Необходимость увеличения эффективности развития и использования трудового потенциала государства сейчас является важной задачей. Эти два процесса взаимосвязаны и взаимодополняют друг друга, вызывая взаимные трансформационные изменения. Формирование среды в соответствии с требованиями информационного общества оказывает мощное воздействие на трудовой потенциал, в свою очередь от эффективности использования и состояния развития трудовых потенциалов экономически активного населения в значительной степени зависит успешность перехода к новым условиям жизнедеятельности общества, где информационный ресурс является важным фактором. В современной жизни информатизация и компьютеризация общества благодаря использованию сети Интернет, телефонной связи, телевидения целенаправленно влияет на процесс формирования трудового потенциала.

Список литературы:

1. Осовская, Г. В. Управление трудовыми ресурсами: учебное пособие / Г. В. Осовская, А. В. Крушельницкая. – Киев: Кондор, 2008. – 224 с.

2. Згалат-Лозинська, Л. О. Економічний механізм ефективного використання трудового потенціалу за умов формування ринкових відносин: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.02.03 / Л.О. Згалат-Лозинська. – Київ, 2002. – 22 с.

3. Отенко, И. П. Механизм управления потенциалом предприятия / И. П. Отенко, Л. М. Малярец. – Харьков: ХГЭУ, 2003. – 220 с.

Гудина А.В., студентка
Тофан А.Л., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
NastenaGudina@yandex.ua

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Актуальность. В современном мире Интернет – это то, без чего не способна работать ни одна фирма, государственное учреждение, высшее учебное заведение, магазин, ресторан и т.д. Сейчас бизнес активно захватывает Интернет-сообщество, и практически каждый предприниматель имеет свое пространство во Всемирной паутине: сайт, сообщество или страницу в социальной сети.

Анализ последних исследований и публикаций. Авторами работ по влиянию социальных сетей на продвижение бизнеса в Интернете являются такие исследователи как Я.И. Шигина, К.А. Зорина, Н.С. Мрочковский, Д. Халилов, Д. Кеннеди, Ш. Кабани, Д. Румянцев и другие.

Цель исследования. Изучение тенденции продвижения бизнеса в Интернете с помощью социальных сетей.

Результаты исследования. Социальная сеть (англ. social network) – социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними.

Соц. сети в современном мире пользуются большой популярностью, увеличивающейся с каждым днем. Широкая известность в свою очередь способствует ускоренному росту. Для многих пользователей социальные сети почти синоним Интернета. Это хорошая почва для маркетологов. И ее необходимо учитывать, разрабатывая кампании маркетинговых коммуникаций.

SMM (Social Media Marketing) – это совокупность действий, направленных на продвижение бренда в социальных сетях и построение отношений с целевыми группами.

Сейчас социальные площадки заняли прочные лидирующие позиции в мире SMM-продвижения и давно вошли в перечень эффективных бизнес-инструментов. В качестве подтверждения этого тезиса приведем некоторые статистические сведения:

- примерно 8 часов в неделю уделяет соц. сетям среднестатистический интернет-пользователь;
- 20% пользователей Интернета рассматривают социальные сети как источник информации;
- свыше 70% пользователей соц. сетей вступают во взаимодействие с брендом с помощью обсуждений, опросов, конкурсов;
- 80% всех пользователей русскоязычного интернета посещают социальные сети не реже 1 раза в месяц.

Социальные сети – место пребывания целевой аудитории для бизнеса практически в любой нише. SMM продвижение в социальных сетях позволяет напрямую взаимодействовать с потенциальными клиентами:

- Знакомить с брендом, формировать узнаваемость, лояльное отношение.
- Получать обратную связь о своих товарах/услугах.
- Работать с отзывами, возражениями, доносить интересующую информацию.
- Вовлекать во взаимодействие через дискуссии, конкурсы и пр.
- «Дожимать» потенциальных клиентов до совершения целевого действия.
- Подогревать клиентскую базу для дальнейшего взаимодействия.

К наиболее распространенным на данный момент SMM-инструментам в социальных сетях следует отнести:

1. Лонгриды – это статьи, созданные для длительного чтения. Текст в них обычно разбит на части с помощью разнообразных мультимедийных элементов: инфографика, фотографии и т.п., что способствует легкому и интересному чтению.

2. Рассылки сообществ во «ВКонтакте». Специальное приложение «ВКонтакте», которое работает как массовая рассылка уведомлений от имени сообщества, но при этом важные новости или контент приходят не на почту, а в личные сообщения пользователей.

3. Чат-бот – это виртуальный собеседник, определенная программа, которая общается с клиентами по заданному сценарию – скрипту – для достижения какой-либо цели или развлечения. Многие предприниматели заинтересованы в использовании чат-ботов, ведь создать такого «сотрудника» намного дешевле, чем нанять и обучить персонал.

4. Интерактивный контент – всевозможные розыгрыши, конкурсы, опросы, игры и тестирование. Такой контент легко потреблять, он хорошо информирует о бренде без навязчивого принуждения к покупке. Из-за этого у пользователя возникает доверие к бренду, и он продолжает изучать товар.

5. Стриминг – это онлайн-трансляции на социальных площадках, а именно контент, который выкладывают в сеть в режиме реального времени с места событий, без правок и монтажа.

6. IGTV (InstagramTV) – это новый инструмент для поиска и просмотра длинных вертикальных видео на мобильных устройствах. Это платформа, где можно выкладывать видео, длиной до 60 минут (для верифицированных аккаунтов), в отличие от самого Instagram, где длина ограничивалась 60 секундами.

7. Shopping Tag – это товарная метка в Instagram, кликнув на которую, пользователь переходит сразу на страницу товара, где указаны стоимость, описание, фото товара и другая информация. На данный момент новый функционал доступен только в Европе и Соединенных Штатах Америки.

8. Micro Influencers – это лидеры мнений определенной категории интересов (мода, стиль жизни и спорт), количество подписчиков которых достигает отметки до 200 тысяч. Такие блогеры, политики, бизнесмены сейчас выходят на первый план, так как имеют более живую и лояльную аудиторию. Кроме того, цена за их услуги значительно ниже.

9. Highlights Stories («Ключевые моменты») – это истории в Instagram, которые можно сохранять на срок, больший, чем 24 часа. Пользователи могут объединять свои Stories по темам, что помогает экономить время на поиске нужной информации.

10. Augmented Reality – дополненная реальность – термин, обозначающий системы, в которых окружающая действительность снабжается виртуальными объектами. Данную технологию уже опробовали многие компании по всему миру.

11. Короткий видеоконтент в новостной ленте. На данный момент популярны и короткие видеоролики, которыми можно легко и быстро поделиться в социальных сетях и которые способны генерировать очень высокий уровень вовлеченности покупателей. Например, различные лайфхаки и рецепты. Короткие ролики пользуются наибольшей популярностью, поэтому специалисты считают, что этот SMM-тренд в 2019 году займет до 80% всего трафика.

12. Ведение блогов и персональных страниц владельцами бизнеса. Этот прием позволяет придать бизнесу «человеческое лицо», ведь каждому хочется знать, чем живет компания, которую так увлекательно описывают в блоге или на странице.

Выводы. Социальные сети однозначно влияют на наше общество. Многие не представляют свою жизнь без свежих новостей, картинок или музыки, которые нам с радостью преподносят с экранов телефонов и компьютеров.

Таким образом, социальная сеть – мощный инструмент, который позволяет пользователям общаться друг с другом, а бизнесменам – получать от этого выгоду.

Сейчас уже все компании и индивидуальные предприниматели осознали важность продвижения бизнеса на Интернет-площадках, так как результаты многочисленных исследований свидетельствуют, что социальными сетями уже охвачено более половины всех пользователей Интернета. Особенно важно контактировать и «становиться ближе» к своим потенциальным покупателям. Общаясь с клиентами через социальные сети, можно не только привлечь новых, но и повысить лояльность постоянных покупателей.

Главный тренд SMM в 2019 году – высокая степень «очеловечивания» контента и методов работы. Нужно учиться точечному использованию инструментов и различных механик в социальных сетях.

Список литературы:

1. SMM-тренды 2019 года: лучшие бизнес-инструменты для соцсетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smm-blog.com/smm-trends-2019> (дата обращения 03.04.2019 г.).

2. Тренды Маркетинга в Социальных Сетях (SMM) 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://merehead.com/ru/blog/smm-trends-2019> (дата обращения 03.04.2019 г.).

3. Маркетинг в социальных сетях: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sotsialnyh-setyah-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения 03.04.2019 г.).

Двирченко Т.А., студентка

Стрелина Е.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

dvirchenko95@mail.ru

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Актуальность. Инвестиционная деятельность считается необходимым условием развития каждого предприятия, в том числе и компаний химической промышленности. Основными принципами работы каждого промышленного предприятия являются поддержка стабильной операционной деятельности, усовершенствование материально-технической базы, расширение производства. Финансирование указанных видов деятельности может осуществляться на основе использования собственных и заемных финансовых ресурсов.

Необходимо понимать, что инвестиции – это не расходы, а вложение денег, которое принципиально отличается от затрат тем, что средства вкладываются с возвратом авансированной цены, причем с возрастанием последней. Другими словами, инвестиции – это вложение экономических ресурсов с целью создания и получения в будущем чистой прибыли, превышающей общую начальную величину вложенного капитала. При этом прирост денежных средств должен быть достаточным, чтобы возместить инвестору отказ от использования личных средств на потребление в

текущем периоде, вознаградить его за риск и возместить убыток от инфляции в будущем периоде.

Каждое предприятие в той или иной степени связано с инвестиционной деятельностью. Формирование и принятие инвестиционных решений может осложняться такими факторами:

- выбором вида инвестиций;
- стоимостью инвестиционного проекта;
- множественностью (многовариантностью разработки) доступных инвестиционных проектов;
- ограниченностью источников финансирования, доступных для инвестирования;
- наличием риска, связанным с принятием того или иного инвестиционного проекта (решения).

Анализ последних исследований и публикаций. Структура химического производства отрасли за время войны кардинально изменилась. Если до войны концерн «Стирол», производитель удобрений и фармацевтической продукции, формировал 40% областного бюджета, то с его остановкой на первые роли вышло производство бытовой химии и лакокрасочной продукции. По основным видам объём реализованной продукции достиг 31% довоенного уровня [3]. Многие отрасли промышленности нуждаются в химической продукции, благодаря которой происходило активное развитие индустрии.

В марте 2018 г. показатели промышленной реализации продолжили умеренный рост, подтверждая заложенный Министерством экономического развития ДНР прогноз. Одновременно с увеличением свойств в металлургической, машиностроительной, легкой и пищевой, химической промышленности планируется запуск производственных мощностей и освоение новых видов продукции. 15 февраля 2019 года, согласно повестке пленарного заседания, парламентарии заслушали доклад министра промышленности и торговли Донецкой Народной Республики Эдуарда Арматова о деятельности возглавляемого им ведомства за 2018 год.

«Планируется запуск ООО «Феррум Систем». Номенклатура выпускаемой продукции: каменноугольный пек различных марок как в жидком, так и в твердом виде, а также каменноугольные масла. Запуск смол-перерабатывающего завода позволит создать порядка 250 рабочих мест. Производственные мощности предприятия при абсолютной загрузке позволят переработать до 11 т/мес смолы каменноугольной», - подчеркнул Эдуард Арматов [2].

Кроме того, в 2019 году планируется запуск ООО «Завод «Донпласт». Предприятие занимается производством изделий из пластмасс и других материалов, номенклатура производимой продукции насчитывает более 500 видов товаров.

В заключение было установлено, что финансовая активность компаний химической сферы увеличивается, на 2019 год планируется ее увеличение на 20 % .

Промышленные предприятия Донецкой Народной Республики в марте по сравнению с предыдущим месяцем реализовали продукции (товаров, услуг) на 11,9 % больше в действующих ценах. Показатели объемов реализации за январь – март увеличились в 1,8 раза, в т.ч. в марте – в 2,2 раза (рис. 1).

Цель исследования заключается в определении трудностей, которые связаны с инвестиционной деятельностью предприятий химической промышленности в ДНР и путей их решения.

Результаты исследования. Инвестиционная деятельность компаний связана с разработкой и реализацией инвестиционных решений, направленных на восстановление, сохранение и увеличение стоимости капитала. Процессы формирования и реализации инвестиционной деятельности должны происходить в

соответствии с принципами адаптации, обоснованности, комплексности и др., а также функционировать в неразрывной связи с инвестиционной стратегией предприятия.

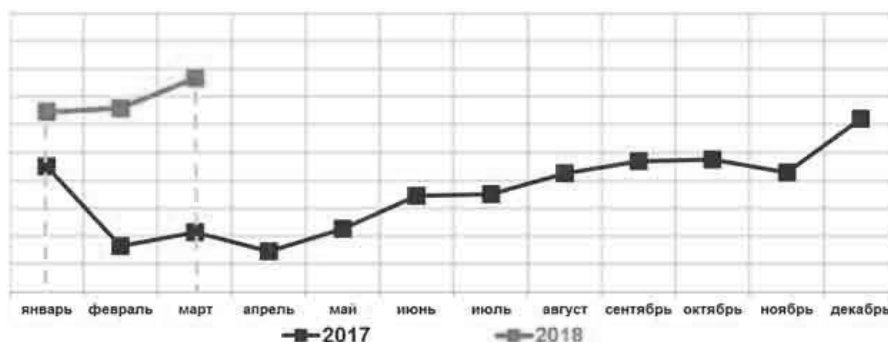


Рис. 1. Динамика объемов реализованной промышленной продукции (млрд. руб.) [2]

В Министерстве экономического развития ДНР подвели итоги за 2018 год и проанализировали работу промышленных предприятий.

Таблица 1

Характеристика работы отраслей промышленности в ДНР за 2018 год

Вид промышленности	Результаты работы за 2018 год
Химическая промышленность	По итогам 2018 года общий объем реализации продукции химической промышленности составил 1 151,8 млн. руб., 29 % из которого экспортируется. В отрасли заняты более 2,6 тыс. чел., среднемесячная зарплата более 9 000 руб.
Фармацевтическая промышленность	В ДНР работает 8 предприятий. По итогам 2018 года объем реализации продукции фармацевтической промышленности составил 282,1 млн руб., объем экспорта – 62,7 млн руб. В отрасли занято свыше 200 человек, среднемесячная зарплата — 14,2 тыс. руб. По итогам 2018 года объем реализации бумаги и бумажных изделий составил 1424,3 млн руб., объем экспорта – 421,2 млн руб. Численность занятых — свыше 650 человек, среднемесячная зарплата – 13,2 тыс. руб.
Промышленность строительных и нерудных материалов	В 2018 году суммарный объем реализованной продукции составил 1022,6 млн руб. В отрасли заняты 1323 человека, средняя зарплата — 10,9 тыс. руб.
Машиностроение	По итогам 2018 года объем реализации продукции машиностроения составил 3 573,7 млн руб. Предприятиями отрасли изготовлено 114,5 тыс. шт. бытовых холодильных и морозильных приборов, 136,2 тыс. м ² конвейерной ленты, 77,6 тыс. шт. комплектов узлов и деталей самоспасателя, 1179 шт. аккумуляторных батарей. По данным Минпромторга, две трети произведенной машиностроительной продукции экспортируются. 95 % экспортного объема приходится на РФ. В отрасли заняты порядка 7,2 тыс. человек, среднемесячная зарплата в отрасли — 12,6 тыс. руб.

Таким образом, инвестиционная деятельность компании является обязательной частью его производственно-хозяйственной деятельности, а размер инвестиций непосредственно влияет на конкурентоспособность и эффективность данного предприятия. Для химической промышленности роль инвестиций достаточно велика: за счет них она может модернизировать материально-техническую базу, которая за последние годы очень устарела, а также расширить производство. В связи с тем, что данной отрасли уделялось не достаточно внимания, как со стороны государства, так и со стороны инвесторов, многие предприятия химической промышленности работали себе в убыток последние пять лет. Необходимо направить все усилия на разработку такого механизма управления инвестиционной деятельностью, который будет способствовать повышению инвестиционной привлекательности, а также позволит данной отрасли выйти на новый уровень инновационного развития.

Список литературы:

1. Горловская мозаика – городской портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mozaika.dn.ua/news/region/215794-otchet-minekonomrazvitiya-i-minprom-torga-dnr-za-2018-god.html> (дата обращения 04.04.2019).
2. Донецкая Народная Республика официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnr-online.ru/pokazateli-realizatsii-promyshlennoj-produktsii-prodolzhayut-rasti-minekonomrazvitiya-dnr/> (дата обращения 04.04.2019).
3. Деловой Донбасс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://soid.su/issledovaniya/analitika/investment-potential-of-the-dni-in-facts-and-figures> (дата обращения 04.04.2019).

Дорофеева А.А., д.э.н., доцент,
Яковлева М.А., студентка
Институт экономики и управления
Гуманитарно-педагогической академии (г. Ялта) КФУ
andora.kfu@mail.ru

АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ

Аннотация: на основе обобщения и систематизации теоретических подходов к антикризисному управлению, в статье дана характеристика отдельных аспектов антикризисного управления с применением инновационных стратегий. Учитывая, что инновации являются основой повышения конкурентоспособности и эффективности, антикризисная стратегия позволит использовать инновационный потенциал как мощный инструмент принятия управленческих решений в процессе осуществления антикризисной деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, антикризисное управление, инновации, инновационная стратегия, предприятие, конкурентоспособность.

Современная практика показывает, что в сложившихся экономических и политических условиях, устаревших производственных мощностей и инфраструктуры, слабой демографической ситуации, геополитической напряженности, а также в связи с недостаточной квалификацией кадров, проблема формирования антикризисной стратегии предприятия является актуальной. В соответствии с теорией М. Портера [3] конкурентное развитие страны происходит на основе факторов производства, инвестиций, инноваций и благосостояния (высший уровень развития). Пятёрка

экономически развитых стран, входящих в мировое технологическое ядро – США, Китай, Япония, Германия, Великобритания – в настоящее время развиваются преимущественно на основе активизации инновационной деятельности. Современные реалии свидетельствуют о том, что развитие российской экономики не является исключением. Об этом может свидетельствовать государственная программа РФ, утверждённая В.В. Путиным в 2017, под названием «Цифровая экономика РФ» 2017-2024 года [4].

Кризис предприятия — это период нестабильности, ситуация, когда надвигаются серьезные перемены. При этом результат перемен может быть, как крайне неблагоприятный, так и положительный. Но однозначно, что любой кризис представляет собой возможность обновления экономики. Правильный подход к сложившейся ситуации, точное осознание причин и последствий — основа фундамента успешного управления, благодаря которому, предприятие сможет не только пережить кризисные и переломные моменты, но и выйти на качественно новый уровень развития. В современных условиях адаптации к рыночным условиям хозяйствования, каждому предприятию важно обладать конкурентными преимуществами по отношению к деловым партнерам, той же специализации. Для выживания на рынке, эффективного развития и сохранения конкурентоспособности все предприятия должны периодически вносить изменения в свою хозяйственную деятельность. Антикризисная стратегия предприятия, позволяет наиболее четко установить: каким образом предприятие может противостоять изменениям внешней среды, а также с помощью каких мер и решений можно сохранить свою жизнеспособность и достигнуть намеченных целей [1].

Антикризисные стратегии — это стратегии, оптимизирующие поведение предприятия в условиях спада экономик, устойчивого снижения основных финансовых показателей деятельности корпорации и угрозы банкротства. Они включают комплекс мер в области планирования, управления персоналом, финансов, взаимоотношений с группами поддержки, а также юридических и других мероприятий с целью обезопасить фирму от угрозы банкротства или существенного спада и создать условия для поворота к стабильному развитию предприятия. Антикризисная стратегия предприятия охватывает все запланированные, организуемые и контролируемые перемены в области существующей стратегии, производственных процессов, структуры и культуры любой социально-экономической системы, включая частные и государственные предприятия [5]. Предприятие должно постоянно следить за основными факторами окружающей среды и делать своевременные и правильные выводы относительно своих потребностей в изменениях. Толчком к изменениям являются кризисные ситуации. В зависимости от того, в какой области они представляют опасность для достижения целей предприятия, выбирается соответствующая антикризисная стратегия. Чтобы этого не произошло, необходимо вовремя понять причины, по которым экономика предприятия оказалась в кризисе, и принять меры еще до внешнего проявления трудностей [2]. На основе обобщения теоретических данных, можно выделить ряд основных факторов возникновения кризисных ситуаций, характерных для предприятий Крыма (рисунок 1). В качестве решений по оптимизации процесса управления предприятием, можно выделить инновационную стратегию, с помощью которой можно эффективно противостоять изменениям внешней среды, сохранять жизнеспособность и конкурентоспособность предприятия, в сложившейся кризисной ситуации. Поэтому, одной из важнейших задач антикризисного управления, является активная инновационная деятельность. В век информационных технологий и общего ускорения научно-технического прогресса, приоритетность инновационной деятельности, определяется как ключевой фактор успеха. А стратегическое управление инновациями — одной из задач антикризисной политики предприятия. Следует отметить, что

развитие и применение инновационной деятельности является одним из приоритетных направлений государственной программы социально-экономического развития РФ, что подтверждается Программой Президента РФ «Цифровая экономика» [4].



Рис. 1. Основные факторы возникновения кризисных ситуаций

Инновационная стратегия — это средство достижения целей предприятия, характеризующееся своей новизной. При формировании инновационной стратегии, как инструмента реализации антикризисного управления, необходимо учитывать результаты анализа и мониторинга внешней среды (как ее макро- и микро составляющей, т.е., среды прямого и косвенного воздействия), так и факторов внутренней среды (потенциала предприятия). К основным из них можно отнести экономические факторы, политико-правовые, социально – демографические, природно-климатические, уровень развития НТП; уровень развития конкуренции, эластичность потребительского спроса; финансовые возможности предприятия, обеспеченность кадровыми ресурсами, уровень развития НИОКР и инструментов маркетинга на предприятии, соответствие инновации общей стратегии предприятия. Таким образом, инновационная стратегия связывает воедино общую стратегию предприятия, анализ экономической среды, научно-технический, кадровый потенциал предприятия и конкретные инновационные проекты.

Инновационная стратегия не может быть универсальной для всех предприятий, так как формируется в соответствии с целями и приоритетами организации и зависит от конкретных условий функционирования внешних и внутренних факторов. Ответственность за инновационную стратегию, определяющую выживание предприятие, повышение рентабельности и конкурентоспособности, возлагается на руководителя организации.

Выбор нового инновационного развития предполагает принятие ряда мер, сопровождаемых поиском путей разработки инновационной стратегии внедрением новых идей в управление и производство, направленные на развитие, стабильности положения на рынке и увеличение прибыли предприятия. Решение о выборе компанией инновационной стратегии зависит от:

- инвестиционного потенциала;
- положения предприятия на отдельно взятом рынке;
- продвижения нового или модифицированного вида продукции;
- маркетинговых возможностей;
- особенности действий для формирования спроса на продукцию.

Таким образом каждое предприятие сможет подобрать для себя наиболее удобную и эффективную антикризисную стратегию, которая, в свою очередь, базируется на применении активной инновационной деятельности, помогающей выйти из ситуации кризиса, повысить рентабельность и конкурентоспособность предприятия. Анализ различных теоретических подходов о формировании инновационных стратегий [1] позволяет выделить основные компоненты инновационной стратегии, как инструмента антикризисного управления:

- уровень мобилизации инновационного потенциала;
- уровень привлеченных инвестиций;
- методы, культура, ориентиры, используемые при проведении изменений;
- соответствие реакции фирмы характеру конкурентной стратегической ситуации;
- темп проведения стратегических инновационных изменений;
- обоснованность реализуемого уровня инновационной активности.

На основе систематизации и обобщения различных теоретических подходов к антикризисному управлению в работе обоснована целесообразность сочетания и применения инновационных стратегий, как инструмента выхода из кризисных ситуаций. Кризис не всегда следует рассматривать как крах и банкротство всей системы. Часто кризис является эффективным толчком обновления экономики и способствует развитию многих процессов, позволяющих активно развиваться в современных политических и экономических условиях, обладая при этом высокой конкурентоспособностью и рентабельностью.

Список литературы:

1. Бабенко, Т. А. Адаптация предприятия к кризисным условиям внешней среды / Т.А. Бабенко. – Кубань, 2016. – 184 с.
2. Дорофеева, А. А. Ориентация на инновации в стратегии повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства в условиях глобализации / А. А. Дорофеева, И.П. Мельник // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов: Материалы IV межрегиональной научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С. 30-32.
3. Портер, Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ М. Е. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
4. Путин, В. В. Национальная программа «Цифровая экономика РФ». – Москва, 2017. - [Электронный ресурс]. URL: <http://static.goverment.ru/media/files/9gFM4Hj4PsB79I5v7yLVuPgu4bu4bvR7MO.pdf>.
5. Яковлева, М. А. Роль стратегических инноваций в социально – экономическом развитии Крыма / М.А. Яковлева, А.А. Дорофеева // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2019. – С. 181-184.

Достовалова Д.А., студентка

Калустян Я.В., к.э.н, доцент

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

mailbox@donnasa.org

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАБОТКИ ШАХТНЫХ ВОД ДОНЕЦКОГО РЕГИОНА

Актуальность. Важнейшей экологической задачей для шахт Донецкого угольного бассейна является снижение загрязненности шахтных вод путем внедрения технологий сепарации твердых отходов добычи угля и дальнейшей их утилизации. Совершенствование технологий обработки шахтных вод и повышение эффективности использования твердых отходов добычи угля способно частично решить проблему отходов угольной промышленности.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам повышения эффективности обработки шахтных вод посвящены труды И. И. Дрогомирецкого, Е.С. Матлак, В.К. Костенко, И.П. Логинова, Н.П. Омельченко, Минаева А.А.

Цель исследования. Экономическое обоснование необходимости внедрения предложенной схемы обработки шахтных вод в эксплуатацию на основании результатов химического анализа и модельных экономических расчетов.

Результаты исследования. В ходе предыдущих исследований был произведен отбор проб шахтной воды на выпуске №1 шахты им. М.И. Калинина ГП «Донецкая угольная энергетическая компания». В лабораторных условиях был произведен анализ их химического состава.

Платежи за загрязнение окружающей среды призваны компенсировать эколого-экономические потери, наносимые предприятием во время своей деятельности [1]. Расчет сбора за загрязнение НПС выполняется в соответствии с пунктом 144.10 статьи 144 Закона Донецкой Народной Республики «О налоговой системе» от 25.12.2015 № 99-ІНС. Рассмотрим порядок начисления и уплаты сбора за загрязнение водной среды на шахте им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК».

Плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ в пределах предельно-допустимых нормативов сбросов (включается в себестоимость) $P_{Нi}$, тыс. руб/год, определяется по формуле [2]:

$$P_{Нi} = J K_{инд} M_{Нi}, \quad (1)$$

где J – базовый норматив платы за сброс 1 условной тонны загрязняющих веществ в водные объекты ($J = 2,22$ руб/усл.т);

$K_{инд}$ – коэффициент индексации ($K_{инд} = 90$);

$M_{Нi}$ – масса загрязняющего вещества, сбрасываемого в пределах нормативов, т/год.

Плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ в пределах согласованных лимитов сбросов и плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ сверх нормативов или согласованных лимитов сбросов рассчитывается аналогично, с учетом дополнительного множителя коэффициента в первом случае 5 и во втором 25, соответственно.

В таблице 1 приведены результаты расчета массы загрязняющих веществ, сбрасываемых с шахтными водами шахты им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК», что

Секция «Экономика предприятия»

является основанием для установления платы за загрязнение водных объектов [2]. Во внимание взяты 2 вещества, максимально превышающие ПДК.

Таблица 1

Результаты расчета годовой массы загрязняющих веществ, сбрасываемых с шахтными водами шахты им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК»

Наименование загрязняющего вещества	Масса загрязняющего вещества, сбрасываемая за год $M_{Фi}$, т	Масса загрязняющего вещества, сбрасываемая за год в пределах ПДК $M_{Нi}$, т	Масса загрязняющего вещества, сбрасываемая за год в пределах установленного лимита $M_{Лi}$, т	Масса загрязняющих веществ $M_{СЛi}$, т, сбрасываемая сверх установленных нормативов и лимитов
Взвешенные вещества	69,4	3,7	27,9	37,8
Сульфаты	1563,7	186,16	930,8	446,7

Плата, осуществляемая предприятием за отдельное загрязнение за год, P_i , тыс. руб/год, равна:

$$P_i = (P_{Нi} + P_{Лi} + P_{СЛi})K_эK_с, \quad (2)$$

где $K_э$ – коэффициент экологической ситуации ($K_э = 1,0$);

$K_с$ – коэффициент, учитывающий месторасположение объекта (для Донецка $K_с = 10,0$).

Результаты расчетов платы, осуществляемой за сбросы загрязняющих веществ приведены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты расчетов платы, осуществляемой за сбросы загрязняющих веществ шахтой им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК»

Наименование загрязняющего вещества	Плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ в пределах предельно-допустимых нормативов сбросов (включается в себестоимость) $P_{Нi}$, тыс. руб/год	Плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ в пределах согласованных лимитов сбросов, $P_{Лi}$, тыс. руб/год	Плата, осуществляемая за сбросы загрязняющих веществ сверх нормативов или согласованных лимитов сбросов, $P_{СЛi}$, тыс. руб/год	Плата, осуществляемая предприятием за отдельное загрязнение за год, P_i , тыс. руб/год
Взвешенные вещества	0,739	27,9	188,8	2174,2
Сульфаты	37,2	929,9	2231,3	31983,3

В результате планируемого водопотребления и водоотведения шахта им. М.И. Калинина ГП «Донецкая угольная энергетическая компания» теряет прибыль в размере 34157,5 тыс. руб.

Экономический ущерб от загрязнения поверхностных водоемов рассчитывается по формуле У, тыс. руб/год [2]:

$$Y = y * \delta * M, \quad (3)$$

где y – удельный ущерб, который наносится водоёму сбросом 1 т условных загрязнений, руб/усл.т; $\gamma = 10054,2$ руб/усл.т (для р. Кальмиус);

δ – коэффициент экологической ситуации и экологической значимости водного объекта; $\delta = 1,5$ (для р.Кальмиус);

M – масса условных загрязнений, сброшенных в водоём, усл.т/год.

Показатель экономического ущерба от загрязнения поверхностных водоемов в результате сброса загрязняющих веществ шахтой им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК» составил 7306,9 тыс. руб./год.

Исходя из проведенных расчетов обосновывается необходимость внедрения на шахте им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК» нового комплекса сооружений для очистки шахтных вод [4]. Блок-схема комплекса сооружений для очистки шахтных вод шахты им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК» приведена на рисунке 1.

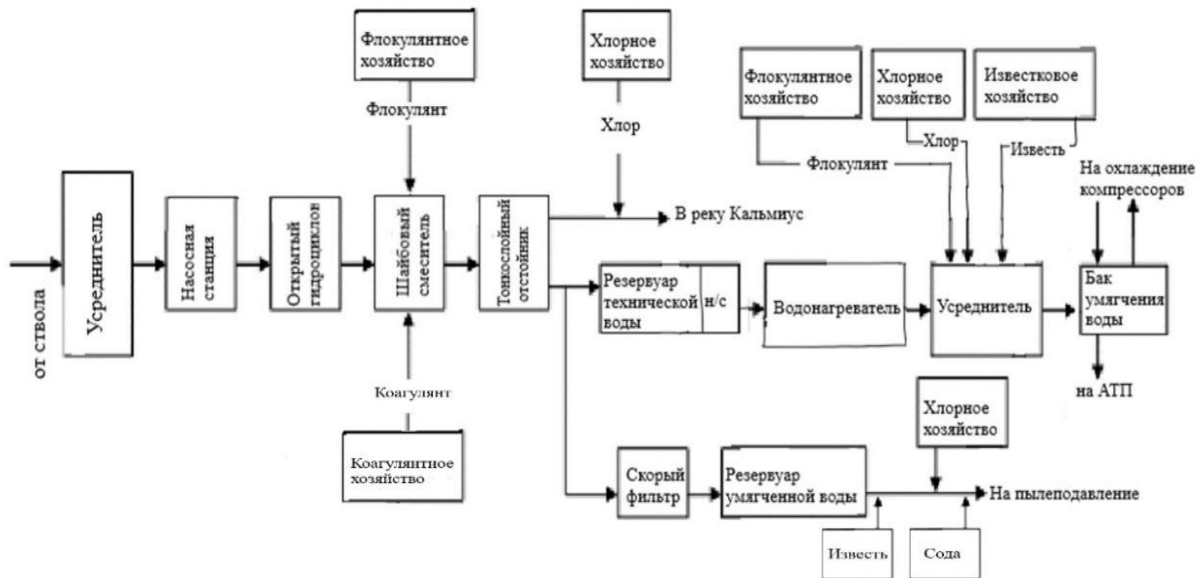


Рис. 1. Блок-схема комплекса сооружений для очистки шахтных вод шахты им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК»

Проведя мониторинг капитальных затрат на приобретение отдельных элементов предложенного комплекса очистных сооружений было установлено, что максимальные капитальные вложения (K) составят около 1000000 руб. Источником валового дохода ($ВД$) при эксплуатации комплекса будет служить прибыль от продажи сепарированного из воды угольного шлама как сырья для производства топливных брикетов, которая с учетом ежемесячных затрат на аренду помещения, транспорт, заработную плату персонала составляет 455050 руб./год. Тогда срок окупаемости оборудования для очистки шахтных вод шахты им. М.И. Калинина ГП «ДУЭК» T , год, рассчитывается по формуле [3]:

$$T=K/ВД. \quad (4)$$

Срок окупаемости предложенного комплекса сооружений для очистки шахтных вод составил 2 года и 2 месяца.

Выводы. В результате планируемого водопотребления и водоотведения шахта им. М.И. Калинина ГП «Донецкая угольная энергетическая компания» теряет прибыль

за сброс загрязняющих веществ сверх нормы, что свидетельствует о том, что водоохранная деятельность предприятия требует совершенствования и развития. Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют о том, что внедрение на шахте им. М.И. Калинина ГП «Донецкая угольная энергетическая компания» нового комплекса сооружений для очистки шахтных вод (со сроком окупаемости 26 месяцев) – целесообразно.

Список литературы:

1. Охрана окружающей среды: экономика и управление / И. И. Дрогомирецкий, Е. Л. Кантор. – Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. – 392с.
2. О налоговой системе: Закон Донецкой Народной Республики от 25.12.2015 № 99-ІНС.
3. Экономика и организация природопользования: учебник / Н. Н. Лукьянчиков, И. М. Потравный. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 687 с.
4. Достовалова Д.А. Некоторые аспекты извлечения твердых отходов добычи угля из шахтных вод/ Д.А. Достовалова, Н.С. Подгородецкий, Г.В Чудаева // «Вестник» Тульского государственного университета. – 2018. – С. 4.

Ерошенко А.А, студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
nas.coz@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что нефтегазовый комплекс играет ключевую роль в экономике стран, осуществляющих добычу нефти и газа, их экспорт. Нефтегазовый сектор выступает поставщиком энергоресурсов для промышленности самого государства, определяет специализацию страны в международном разделении труда. Кроме того, тенденции развития нефтегазового комплекса стран-экспортёров оказывают значительное влияние на экономику других стран, поскольку их государственные бюджеты привязаны к стоимости топливно-энергетических ресурсов. Основой установления цен на топливно-энергетические ресурсы выступают затраты на их производство. В этой связи исследование особенностей формирования затрат предприятий нефтегазовой промышленности может стать фундаментом разработки рекомендаций по их оптимизации, что позволит, с одной стороны, повысить рентабельность таких компаний, а, с другой стороны, позитивно скажется на национальной экономике.

Анализ последних публикаций и исследований. Проблемам формирования затрат в нефтегазовой промышленности посвящены работы И.Н. Абзаловой, В.С. Андреева, А.П. Бойко, Д.А Бугаёва, Ф.К Ердавлетовой, В.А. Кудашевой, Н.Н. Литовченко и др. Вместе с тем, высокая динамичность внешней среды обуславливает необходимость дальнейших исследований в сфере управления затратами на добычу нефти и газа, что и предопределило выбор темы данной статьи, её цель.

Целью исследования является определение особенностей формирования затрат на предприятиях нефтегазовой промышленности, анализ их состава и структуры.

Результаты исследования. Существенное влияние на формирование производственных затрат в нефте- и газодобывающих компаниях оказывают технологические особенности. К данным технологическим особенностям можно отнести: 1) автоматизация технологических процессов; 2) строгая последовательность производственных процессов; 3) использование сложных технологических процедур для нахождения месторождения, добычи, обработки и транспортировки газа, нефти; 4) высокие затраты энергии на добычу нефти; 5) отсутствие незавершенного производства и полуфабрикатов [1]. Указанные технологические особенности определяют состав, группировку и методику учета затрат (табл. 1), а также порядок формирования себестоимости продукции [2].

Таблица 1

Группировка и состав затрат предприятий нефтегазовой отрасли

Группа затрат (расходов)	Статья затрат (расходов)
Добыча нефти и газа	Затраты энергии на добычу нефти и газа; Амортизация, расходы на содержание и эксплуатацию; скважин и другого производственного оборудования.
Поддержание пластового давления	Расходы по искусственному воздействию на пласт
Транспортировка и хранение нефти	Расходы на сбор и перекачку нефти; Расходы на технологическую подготовку нефти.
Общепроизводственные расходы	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования общепроизводственного назначения; Расходы на капитальный ремонт оборудования; Расходы на утилизацию отходов нефти.
Прочие производственные расходы	Расходы на освоение природных ресурсов; Расходы на подготовку производственного процесса.

Состав *затрат на добычу нефти и газа* определяется методом добычи. При первичном методе нефть из скважин извлекается естественным путем, то есть под действием собственного давления, что не требует дополнительных энергозатрат. Однако при таком методе эффективность добычи невысокая, поскольку коэффициент извлечения нефти составляет лишь 5-15%. При другом методе используются штанговые глубинные насосы или центробежные насосы с электроприводом, что повышает эффективность добычи на 40-60%. Вместе с тем, данный способ характеризуется высокой энергоёмкостью, в связи с чем затраты на энергию по добыче нефти выделяют в отдельную статью расходов [3]. Буровые вышки, которые используют для бурения скважин, являются средствами труда для добычи газа и нефти. Расходы на содержание скважин и другого оборудования, необходимого для добычи газа и нефти, отражаются по статье *амортизационные отчисления* [3].

Сразу после того, как пробурили скважину, нефть начинает быстро поступать по ней, это связано с перепадом давления. Однако такой процесс длится недолго и потому как нефть извлекают, пластовое давление снижается, что вызывает ослабление притока в скважину. Для обеспечения постоянного высокого давления скважину заполняют соевым раствором или инертным газом. Это обуславливает возникновение *затрат на поддержание пластового давления* [3].

К *расходам на хранение и транспортировку нефти* относятся расходы на сбор и перекачку нефти, её технологическую подготовку. Они включают в себя расходы на сбор эмульсии, которую добыли из скважины; сепарацию из неё нефти, газа и воды; переработку нефти до состояния, пригодного для реализации; временное хранение топлива до продажи и т.д. [4]. *Общепроизводственные расходы* состоят из расходов на эксплуатацию оборудования общего назначения, капитальный ремонт оборудования, затрат на утилизацию отходов нефти. К *прочим производственным расходам* относят расходы на освоение природных ресурсов, а также расходы на подготовку производственного процесса.

Секция «Экономика предприятия»

Проанализируем динамику и структуру затрат на добычу нефти и газа в ПАО «Лукойл» (табл. 2).

Таблица 2

Динамика затрат на добычу нефти и газа в ПАО «Лукойл»

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Базисный темп прироста, %
1	2	3	4	5
Затраты на добычу углеводородов	180 223 000	192 781 000	196 227 000	8,88
В России	-	177 554 000	175 131 000	-1,4%
За рубежом	-	15 227 000	21 096 000	38,5
Затраты на переработку на собственных НПЗ	90 673 000	86 508 000	104 987 000	15,79
Расходы на оплату труда	11492062	24286687	14 074 174	22,47
Отчисления на социальные нужды	2025053	4 051 437	2 479 987	22,47
Амортизация	807291	900654	913 791	13,19
Транспортные расходы	299 017 000	272 792 000	270 153 000	-9,65
Прочие затраты	31375321	36423381	35 507 355	13,17
В том числе: Покупная стоимость товаров для перепродажи	17988865	19350367	20 625 229	14,66
Налоги, платежи, включаемые в себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	378166	343495	350 847	-7,22
В том числе: Арендная плата	815288	671464	894 761	9,75
Услуги сторонних организаций по охране, связи, коммунальным услугам и прочие	11054589	15006551	12 776 111	15,57
Страхование	387974	401624	405 487	4,51
Командировочные расходы	210140	246023	280 412	33,44
Др. расходы	269876	203957	174 508	-35,34
Итого по элементам затрат	45747874	65673630	52 975 307	15,80

На основе данных табл. 2, можно сделать вывод, что затраты на добычу нефти и газа в 2018 г. по сравнению с 2016 г. возросли на 8,88% [5]. Рост затрат на переработку на собственных НПЗ по сравнению с 2016 г. составил 15,79 %, что связано, в первую очередь, с увеличением потребления покупных присадок для производства автобензина (в связи с ремонтами на некоторых установках на НПЗ) [5]. Рост затрат на оплату труда был вызван тем, что в конце декабря 2017 г. компания объявила новую программу по вознаграждению определённых членов руководства и ключевого персонала на период 2018-2022 гг. [5]. Увеличение амортизации в 2018 г. связано с вводом новых производственных мощностей, прежде всего на Каспии и в Узбекистане, а также в результате ввода в эксплуатацию основных средств первой очереди при освоении месторождения им. В. Филановского в 2017 г.

Выводы. Проведенное исследование позволило установить, что формирование затрат нефте- и газодобывающих предприятий осуществляется сообразно основным этапам производственного процесса: добыча нефти и газа, поддержание пластового давления, транспортировка и хранение нефти, общепроизводственные расходы, прочие производственные расходы. Проанализировав динамику затрат ПАО «Лукойл» можно

сделать вывод, что предприятию необходимо осуществить оптимизацию затрат по таким статьям: добыча углеводородов за рубежом, переработка на собственных НПЗ.

Список литературы:

1. Ердаuletova, Ф. К. Особенности учета затрат в нефтедобывающих компаниях / Ф. К. Ердаuletova // Вестник университета «Туран». – 2015. – №2 (66). – С. 135-137.
2. Денисенкова, Е. Ю. Особенности учета и анализа затрат нефтедобывающих предприятий / Е. Ю. Денисенкова // Молодой учёный. – 2015. – №23. – С. 525-528.
3. Новоселова, Т.Н. Особенности формирования затрат на предприятиях нефтедобывающей промышленности / Т.Н. Новоселова // Финансовый менеджмент. – 2007. – №2. – С. 55-59.
4. Литовченко, Н.Н. Метод успешных затрат в учете нефтегазовой отрасли / Литовченко Н.Н. // Международный бухгалтерский учет. – 2008. – №12. – С. 37-43.
5. Анализ руководством компании финансового состояния и результатов деятельности ПАО «Лукойл» за 2016-2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports> (дата обращения 05.04.2019 г.).

Замула Д.О., студент
Давлианидзе Я.С., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
danil.zamula@yandex.ua

**ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ
ПЕРСОНАЛА**

Актуальность. В современных условиях функционирования бизнеса, одним из определяющих структурных элементов повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия, организации является политика мотивирования персонала. Основной целью данной политики выступает получение максимальной выгоды от использования имеющихся трудовых ресурсов, что непосредственно влияет на общую результативность и прибыльность организации.

Анализ последних исследований и публикаций. В области трудовой мотивации накоплены обширные знания и практический опыт. Проблемам мотивации уделяли внимание такие известные ученые: В.А. Ярова, Н.А. Волчина, Г.Г. Зайцева, Б.Ю. Сербинский, Э.А. Уткина, Е.А. Добролюбов, Р.Д. Гутгарц, В.В. Глухов, Н.И. Дряхлов, О.С. Виханский.

Целью данной работы является изучение теоретических основ мотивирования персонала, обобщение их в единую структуру и разработка предложения по усовершенствованию политики мотивирования персонала на конкретном предприятии.

Результаты исследования. Популярными методиками мотивации персонала разработаны на базе теорий мотивации:

- Теория Герцберга.
- Теория Тейлора.
- Теория Макклелланда.
- Теория Маслоу (табл. 1).

Достоинства и недостатки теорий мотивации

Теория	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Герцберга	Дифференцированы факторы, оказывающие разное влияние на поведение.	Общие выводы были сделаны на основании исследования только нескольких профессий, а такое обобщение недопустимо.
Тейлора	Были проведены научные исследования процессов выполнения различных работ и задач.	Не учитывался социальный контекст работы и возрастающие потребности работников.
Макклелланда	Теория позволяет дифференцировать потребности и подходить к работникам с учетом их особенностей.	Не всегда имеет место жесткое следование одной группы потребностей за другой.
Маслоу	Иерархия потребностей – путь развития личности.	Удовлетворение какой-либо одной потребности не приводит к автоматическому задействованию потребностей следующего уровня.

Герцберг предлагает воспользоваться внешними и внутренними методами повышения результативности работы предприятия. Внешние методы предполагают создание комфортных условий труда, а внутренние – возникновение у служащего удовлетворения от работы в организации.

Тейлор советует использовать для стимулирования подчиненных их инстинкты и желания удовлетворить физиологические потребности. Он предлагает использовать такие методы: оплату в зависимости от выработки или времени работы, давление, установление минимальных норм выработки, четкие правила выполнения функциональных обязанностей [1].

Макклелланд выдвигает теорию про виды желаний человека: власть, успешность, принадлежность к определенной касте. Основная часть служащих рада быть в рядах определенной фирмы и дорожит своим статусом.

Все потребности Маслоу рассматривает в виде иерархии (пирамиды). Он разделяет: физиологические нужды, безопасность, любовь, признание, самосовершенствование [2].

Условно, методы мотивации сотрудников можно разделить на следующие:

1. Экономические (прямые): оплата труда, участие в прибыли, оплата обучения и т.д.;

2. Экономические (непрямые): льготное питание, доплаты за стаж, льготное использование жилья.

3. Нематериальные: гибкий график, охрана труда, продвижение по службе; участие в принятии решений.

Методы мотивирования персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы мотивирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

Существуют следующие методы мотивирования эффективного трудового поведения: материальные, организационные, морально-психологические.

Исходя из опыта отечественных компаний, наиболее популярным методом материального мотивирования является премирование сотрудников. Но многие организации неправильно распределяют данное денежное вознаграждение, выплачивая его каждый месяц. Так премия может перерасти в заработную плату и потерять мотивирующие свойства. Рациональнее выплачивать ее один раз в год. Для этого необходимо заблаговременно определить процент начисления премии, исходя из итогов отчетного года, и корректировать ее в соответствии с достижениями сотрудника. Размер премии должен составлять не менее 30% основного заработка (по Ф. Тейлору) [3].

Экономический эффект от политики премирования компании во много зависит от выбора показателей, их разнообразия в зависимости от роли и значимости подразделений.

Чтобы понять, как на практике себя показывают теории, стоит рассмотреть систему мотивирования персонала на конкретном предприятии. Для примера было взято ПАО «МТС».

На данный момент в компании используется как материальная, так и нематериальная мотивация. Материальная мотивация состоит из фиксированной части (оклада), и переменной части (премии по результатам деятельности за месяц). Система начисления премии состоит из:

1. План по товарообороту GSM в рублях – 24% бюджета премии. Если работник выполнил план по ТО GSM на 100% и больше, то он получает премию пропорционально % выполнения плана по ТО GSM в рублях +10%.

2. Аксессуары/Портативная техника – 10% от бюджета премии.

3. Качество обслуживания – 10% от бюджета премии.

4. Выполнение плана по маркетинговым акциям – 10% от бюджета премии и т.д.

Основное назначение системы мотивации заключается в том, чтобы стимулировать производственное поведение работников предприятия, направив его на достижение стоящих перед ним стратегических задач, иными словами, соединить материальные интересы работников со стратегическими задачами предприятия.

Проанализировав более детально материальную составляющую мотивации персонала, а именно премирования работников, можно сделать вывод о том, что данная система работает нестабильно и имеет ряд недостатков.

Сегодня работники компании получают премию, если их филиал достигал определенных корпоративных показателей. Но в большинстве случаев обычному сотруднику сложно оценить связь между своей деятельностью и результатами компании в целом.

Чтобы повысить личную эффективность работников, необходимо разработать индивидуальные виртуальные кабинеты для каждого сотрудника. В таком кабинете они могли бы вносить данные о своей деятельности в течение рабочего дня. Такими данными могут быть различные продажи услуг, товаров, консультирование по возникшим проблемам у потребителей и т.д. Исходя из стоимости оказанных услуг и товаров, работникам начисляются бонусные очки (оптимальный вариант – 10% от суммы проведенной операции). Данные бонусы и являлись бы их премией.

Предложенный пример начисления бонусов:

Таблица 2

Пример начисления бонусов сотруднику ПАО «МТС»

Дата	Код филиала	Продавец	Категория товара	Модель	Сумма, руб.	Начисленные баллы
04.04.2019	1111	7524872	GSM	MTS 404	6000,00	+600
05.04.2019	1111	7524872	GSM	MTS 405	7000,00	+700
06.04.2019	1111	7524872	GSM	MTS 406	8000,00	+800

Также предлагается суммировать эти бонусы в течение всего рабочего года компании и начислять премию равную количеству заработанных баллов. Так работник будет ощущать свой вклад в общее развитие компании и стремиться к более плодотворной и качественной работе.

Выводы. Исследование данной проблемы и разработка оптимальных управленческих решений по поводу мотивации и стимулирования персонала, впоследствии успешно внедренных в производство, позволит руководителям компании побудить сотрудников своей организации к добросовестному и эффективному труду, что, несомненно, повлечет за собой продуктивность деятельности и процветание фирмы.

Список литературы:

1. Добролюбов, Е.А. Система материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала / Е.А. Добролюбов. – М: ИНФРА, 2002. – 106 с.
2. Цветаев, В.М. Управление персоналом / В.М. Цветаев. – СПб: Питер, 2002. – 563 с.
3. Блинов, А. Мотивация персонала корпоративных структур / А. Блинов. – М: Издательский дом Дашкова и К, 2001. – 147 с.

Кириченко Е.В., студентка
Кошелева Е.Г., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
k-kirichenko2013@yandex.ua

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изучение направлений экономического развития предприятия является важным и необходимым этапом построения рыночных отношений, а обоснования направлений позволяет вовремя реагировать на возникшие изменения, а также определить и своевременно устранить возникающие проблемы.

Целью написания работы является теоретическое обоснование основных направлений экономического развития предприятия.

При написании работы информационной основой исследования послужили научные разработки отечественных и зарубежных исследователей по вопросам экономического развития предприятия отечественных и зарубежных экономистов, таких как, Баев И. А. [9], Кнышова Е. Н. [3], Остапенко Ю. М. [5], Романенко И. В. [6] и др.

На сегодняшний день, при наличии большого количества предприятий-конкурентов, формирование устойчивого экономического развития усложняет характер вопросов, которые рассматриваются на государственном уровне. Это основано не только на как таковом экономическом росте, а на увеличении качественных характеристик такого роста, который входит в конкурентную основу экономики. Поскольку глубокие структурные сдвиги вызывают понижение темпов роста, из этого следует, что необходимо произвести эффективное совмещение прогрессивных структурных изменений и роста [2].

Под экономическим развитием предприятия понимают процессы и изменения во внутренней среде, которые направлены на функциональное реформирование деятельности субъекта хозяйствования в целом, а также отдельных его частей. Но в то же время такие изменения направлены на выделение внешнего влияния на хозяйственный объект, а также базируются на непостоянстве и случайности.

По мнению ученых, экономическое развитие предприятия заключается в формировании устойчивого баланса между экономическим ростом и развитием. Из этого следует, что для достижения определенных успехов, необходимо выбирать между основными целями, которых стремится достичь руководство, что в дальнейшем позволит динамично развиваться при наличии достаточного количества свободных денежных средств и высоким уровнем платежеспособности.

В современном мире экономическое развитие предприятия усовершенствуется, переходит на новый уровень, используя при этом имеющиеся знания, являющиеся ключом экономических ресурсов. Отличительными факторами, присущими постиндустриальной экономике, являются глобализация и информатизация. Тенденции постиндустриализации выражаются в результате постоянных инноваций, основанных на базе технологических изменений, что происходит на уровне отдельных отраслей. Кроме этого данные тенденции используются при увеличении мобильности отраслевых структур и усилении внутриотраслевой интеграции [1].

Существуют следующие направления экономического развития предприятия, которые формируют устойчивый характер [5]:

- повышение эффективности производства, что дает возможность вовремя решать выявленные проблемы, сформированные изменениями внешней среды;
- сохранение рыночных позиций субъектов рынка и снижение риска возникновения социальных конфликтов происходит в следствии гармонизации интересов таковых субъектов;
- формирование сбалансированного роста, спроектированного благодаря преодолению возникших диспропорций, что дает возможность приблизиться к общему экономическому равновесию;
- формирование способов предотвращения экологических катастроф происходит благодаря согласованию законов развития биосферы и условий экономического роста.

Источниками экономического развития предприятия являются следующие аспекты [8, с. 84]:

- факторы производства, являющиеся основными составляющими развития, подразумевают под собой количество и качество природных ресурсов;
- инвестиции, как вспомогательные ресурсы, которые являются главной базой для дальнейшего развития предприятия;
- инновационная деятельность, т. н. новшества и нововведения представлены в качестве основы для экономического развития предприятия.

В целом экономическое развитие может носить как экстенсивный, так и интенсивный характер.

Экстенсивный рост в условиях устойчивого спроса опирается на сложившуюся технологическую базу. Он возможен до тех пор, пока не будут исчерпаны ресурсные запасы и не начнется процесс удорожания ресурсов. С этого момента темпы экономического роста начинают уменьшаться.

Интенсивное развитие базируется на кардинальных изменениях технологических параметров реального сектора, а также на продвижении прогрессивного менеджмента.

Кроме главного инновационно-инвестиционного фактора на темпы экономического развития влияют и другие факторы:

- повышение уровня образования и профессиональной подготовки;
- экономия, обусловленная масштабами производства;
- оптимизация распределения ресурсов.

В современных условиях для устойчивого экономического развития необходимо не только реагировать на изменения внешней среды, но и иметь способы влияния на возникшие изменения. Таким образом, для того, чтобы избежать кризисных ситуаций, необходимо иметь приемлемый уровень стабильности в деятельности предприятия.

В разных странах существуют отличительные друг от друга условия экономического развития, что напрямую было связано с различными историческими характеристиками условий развития, национального статуса жизни населения, а также нормативно-правовой базы.

Территориям западных стран присущ большой опыт создания генеральных планов в условиях рыночной экономики, в отличие от России, при имеющемся командно-административном типе хозяйствования [7].

На сегодняшний день существует множество факторов внешней среды, которые достаточно трудно учесть при планировании деятельности предприятия. Вследствие чего необходимо иметь систему гибкого планирования, что позволит быстро перестраиваться под определенные факторы, воздействующие на предприятие извне, и таким образом, успешно достигать поставленные цели.

Экономия, обусловленная масштабами производства, связана с расширением рынков и предприятий, в то время как введение в производство новых ассортиментных позиций позволит использовать более эффективные методы производства и менеджмента.

Качественное распределение ресурсов между подразделениями и цехами предприятий дает возможность произвести приток рабочей силы и капитала из относительно низкоприбыльных сфер производства в высокоприбыльные, в результате чего возрастает средняя производительность труда в реальном секторе, что способствует возникновению рыночного влияния на экономическое развитие предприятия.

Подводя итоги, можно сказать, что главной особенностью современного экономического развития является переход к ресурсосберегающему типу воспроизводства, в то время как окончательный результат (например, доход) стремительно растет по сравнению с суммарными затратами на сырье и материалы, топливо и энергию, заработную плату с отчислениями на социальные нужды и амортизацию. Исходя из того, что повышение эффективности является целью, следует, что это дает возможность дополнительно вовлекать необходимые ресурсы в производство, и это способствует увеличению отдачи накопленного экономического потенциала.

Список литературы:

1. Агапова, Т. А. Макроэкономика: учебник / Т. А. Агапова, С. В. Серегин; под общей ред. д. э. н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 6-е изд., стереотип. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2004. – 480 с.
2. Ершов, М. Экономический рост: новые проблемы и новые риски / М. Ершов // Вопросы экономики. – 2006. – № 12. – С. 20-37.
3. Кнышова, Е. Н. Экономика организации: учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 336 с.
4. Комаров, М. А. Ресурсный потенциал экономического роста. / М. А. Комаров, А. Н. Романов, М. М. Максимцов и др. – М.: Изд. дом «Путь России»; ЗАО «Издательский дом «Экономическая литература», 2002. – 568 с.

5. Остапенко, Ю. М. Экономика труда: учеб. пособие / Ю. М. Остапенко. – М: ИНФРА-М, 2005. – 268 с.
6. Романенко, И. В. Экономика предприятия: учебник / И. В. Романенко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 272 с.
7. Шайдуллин, И. У. Сравнительный анализ использования моделей экономического анализа при стратегическом планировании в России и за рубежом / И. У. Шайдуллин // Молодой ученый. – 2017. – №10. – С. 247-250. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/144/40584/> (дата обращения: 02.02.2019).
8. Экономика предприятия: учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 670 с.
9. Экономика предприятия: учебник / В. М. Семенов, И. А. Баев., С. А. Терехова и др.; под ред. Семенова В.М. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. – 537 с.

Коваленко А.П., студентка
Лазаренко Н.В., к.э.н., доцент,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
nvlazarenko@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Актуальность. Конкурентоспособность предприятий – это одна из наиболее важных категорий рыночной экономики, которая характеризует возможности и эффективность адаптации хозяйствующих субъектов к условиям конкурентной среды.

Важной предпосылкой достижения конкурентоспособности предприятия является определение совокупности факторов, влияние которых существенно повышает или, наоборот, понижает ее общий уровень.

Кроме того, анализ факторов помогает выявить сильные и слабые стороны деятельности как оцениваемого предприятия, так и его ближайших конкурентов, что является основой для разработки мер по повышению конкурентоспособности предприятия на основе организационных изменений.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам, связанным с анализом и управлением конкурентоспособностью предприятий в условиях развития рыночной экономики, посвящены научные труды многих исследователей, в том числе таких, как: В.С. Мисаков, Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин и др.

Цель исследования. Целью данной публикации является рассмотрение факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятий, а также обоснование организационных преобразований, направленных на обеспечение и повышение уровня конкурентоспособности отечественных предприятий.

Результаты исследования. Конкурентоспособность предприятия зависит от целого ряда внешних факторов, в том числе таких, как:

- конкурентоспособность товаров на рынке;
- конкурентоспособность отрасли;

- конкурентные позиции предприятий, длительно функционирующих на данном рынке;
- конъюнктура рынка;
- однородность рынка;
- возможность технических нововведений в отрасли и др.

В основе обеспечения конкурентоспособности товара на рынке лежит достижение конкурентных преимуществ предприятия в соотношении качества, сервиса и цен. Кроме того, причиной успешности товара на рынке может быть влияние прочих факторов (рекламы, престижа марки или «бренда» и т.п.).

На уровень конкурентоспособности предприятия существенно влияют научно-технический уровень и степень совершенства технологии производства, использование изобретений и других объектов промышленной и интеллектуальной собственности, внедрение современных средств автоматизации производства и т.д. [1].

К факторам, оказывающим наиболее существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятия, можно отнести:

- совершенство организационной структуры управления и уровень кадрового обеспечения,
- эффективность стратегии развития производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- уровень развития системы материально-технического снабжения и сбыта продукции (работ, услуг) предприятия;
- инвестиционно-инновационная деятельность предприятия;
- конкурентоспособность продукции (работ, услуг) предприятия;
- долгосрочные капиталовложения в производство;
- финансово-экономическое состояние предприятия;
- эффективность использования всех видов ресурсов (резервов, средств, возможностей) предприятия.

Комплекс организационных изменений, направленных на повышение конкурентного потенциала отечественных предприятий, приведен схематично на рис.1.

Система управления конкурентоспособностью предприятия предусматривает реализацию ряда последовательных этапов:

- 1) анализ показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности предприятия, включая анализ факторов внешней и внутренней среды;
- 2) формализация метода оценки конкурентоспособности предприятия;
- 3) выделение отдельных признаков и установление по ним ограничений;
- 4) определений количественных значений отдельных признаков;
- 5) проведение оценки конкурентоспособности предприятия;
- 6) разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия [2].

Формирование информационно-аналитической системы управления конкурентоспособностью предприятия базируется на создании программно-целевого комплекса управления конкурентными преимуществами предприятия на основе прогнозного когнитивного моделирования.

В последние годы в теории и практике управления предприятием все чаще акцентируется внимание на исследовании влияния таких факторов достижения конкурентных преимуществ, как знание (информация) и время. Такие крупные корпорации, как General Motors, Hewlett-Packard, Rank Xerox, Philips Morris, Dow Chemical, Philips и др. включили фактор знание в сферу управления предприятием. При этом в менеджмент знаний направляются от 3,5 до 10 % доходов корпораций [3].

Секция «Экономика предприятия»

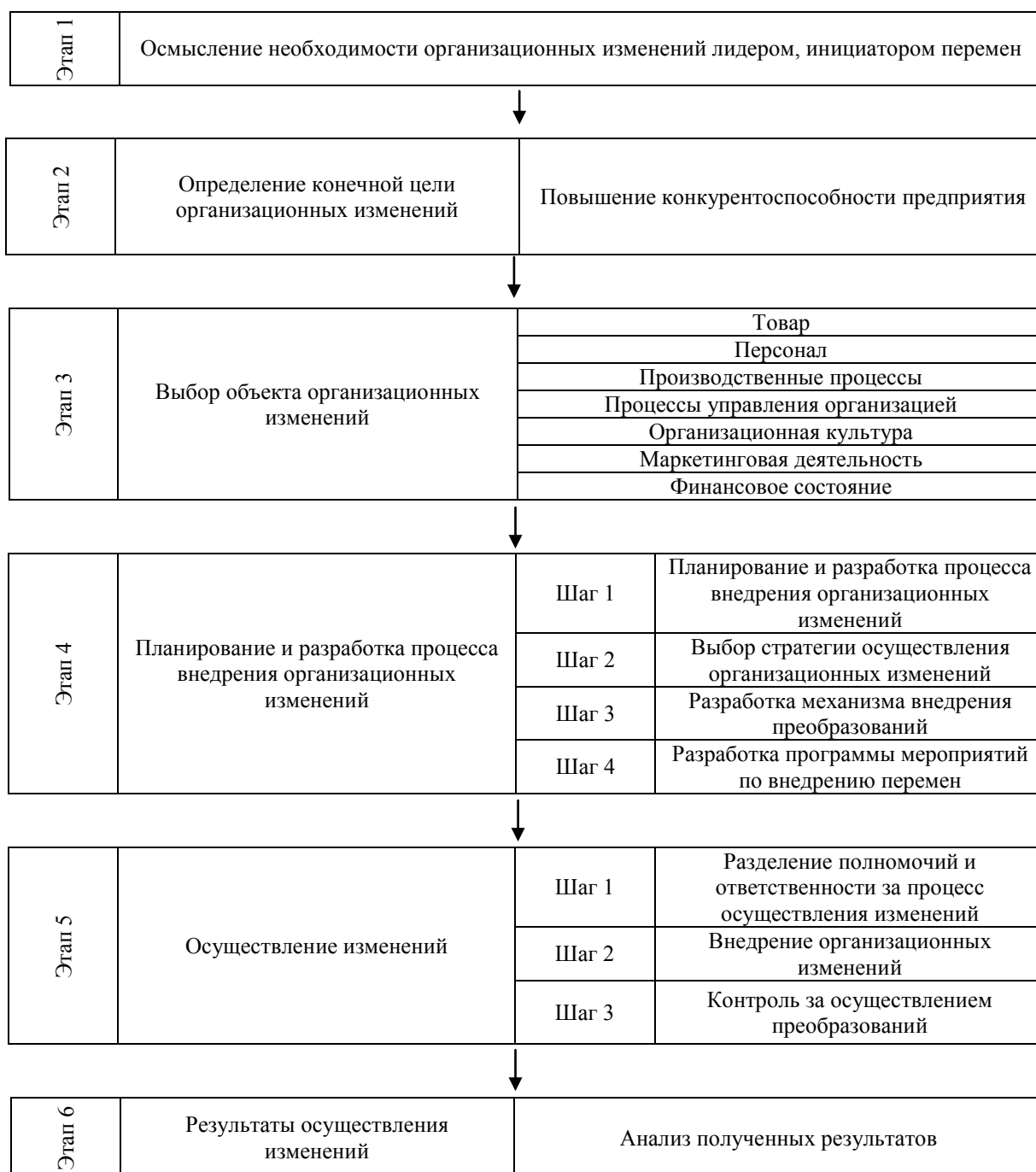


Рис.1. Последовательность этапов осуществления организационных изменений

С учетом повышения роли фактора знаний в достижении конкурентных преимуществ предприятий в долгосрочной перспективе необходим комплекс мер по решению таких задач, как получение и усвоение новых знаний на основе проведения НИОКР, а также передача и распространение знаний путем эффективного использования новых информационных и телекоммуникационных технологий и средств связи.

С другой стороны, важным фактором достижения стратегического успеха в развитии экономики предприятий является фактор времени, который проявляется в таких основных направлениях деятельности, как:

- соблюдение сроков, указанных в договорах (пунктуальность);
- качественная и быстрая разработка новых продуктов и технологических процессов (инновационность);

– сокращение продолжительности всех технологических процессов (экономия времени).

Выводы. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе организационных преобразований относится к приоритетным направлениям системы менеджмента. Осуществление изменений, наряду с внедрением инноваций и фундаментальных научных и технических разработок в производство, позволит предприятию значительно повысить уровень своего потенциала и эффективность осуществления хозяйственной деятельности в целом.

Список литературы:

1. Мисаков, В.С. Анализ конкурентоспособности фирмы / В.С.Мисаков. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 224 с.
2. Антонов, Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие для студентов вузов / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 300 с.
3. Трещевский, Ю.И. Экономика и организация производства: учеб. пособие / Ю.И. Трещевский, Ю.В. Вертакова и др.; под ред. Ю.И. Трещевского. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 381 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=395618> (дата обращения 01.04.2019).

Козаченко Л.И., студентка
Евсеенко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
evseenko-viktoriya@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Актуальность. В условиях дефицита бюджетных средств актуальным является контроль за их использованием в учреждениях и организациях, которые финансируются за счет средств республиканского и местного бюджета. В решении этих проблем важная роль отводится организации внутреннего контроля и повышению его действенности и результативности.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в изучение теории и методологии внутреннего контроля сделали такие известные ученые как: Ф.Ф. Бутынец, М.Д. Коринько, Ю.М. Футоранская, Л.В. Дикань, В.В. Сопко, Н.Т. Белуха и др. Однако, несмотря на значительное количество публикаций, вопрос относительно внутреннего контроля в бюджетных организациях требует дальнейшего рассмотрения и разработок.

Цель исследования: исследование организационных аспектов и разработка предложений по усовершенствованию механизма внутреннего контроля в современных условиях деятельности бюджетных организаций.

Результаты исследования. Основой организации внутреннего контроля является определение его целей и роли в общей системе управления. Рациональная организация контроля возможна только тогда, когда он рассматривается как самостоятельная функция управления, то есть, как система наблюдения и проверки процесса функционирования и

фактического состояния объекта и она также направлена на решение проблем, связанных с организацией внутреннего контроля распорядителей средств.

Перед системой внутреннего контроля ставится семь конкретных целей, позволяющих воспрепятствовать возникновению ошибок. Система внутреннего контроля должна быть достаточно надежной для обеспечения известной степени уверенности в том, что [1]:

- учетные операции действительно имели место (реальность);
- на операции необходимым образом получено разрешение (операция санкционирована);
- совершенные операции отражены в учете (полнота);
- операции правильно оценены;
- операции необходимым образом разнесены по счетам;
- операции отражаются своевременно;
- записи об операциях необходимым образом включены в регистры, итоги по ним правильно подсчитаны и обобщены.

Построение любой системы контроля предусматривает применение также принципов контроля (законность, объективность, ответственность, превентивность, открытость), что позволит получать достоверные и объективные результаты и обеспечит полное соответствие поставленным целям и задачам.

Определив цели и, исходя из принципов внутреннего контроля, необходимо применить те методики, которые предоставят возможность всесторонне, полно и объективно исследовать хозяйственные и финансовые операции организации независимо от формы и времени их осуществления.

С целью выявления и предупреждения недостатков и нарушений в использовании финансовых ресурсов применяется:

- проверка документов по формальным признакам;
- проверка документов по содержанию;
- арифметическая проверка документов;
- нормативная проверка документов;
- экономическая оценка хозяйственных операций;
- обследование;
- инвентаризация и т.д.

По результатам контрольных проверок принимается решение по устранению причин негативно влияющих на распределение средств, которые выделены в распоряжение бюджетной организации.

К недостаткам организации внутреннего контроля следует отнести то, что эта система: не действует как единое целое, а существует в форме обособленных звеньев; не соответствует европейским требованиям по ряду обстоятельств, например, преобладание последующего контроля над предыдущим и текущим; не базируется на доработанной теоретической почве – большинство ключевых понятий не закреплено законодательно, что тормозит развитие системы контроля и создает определенные трудности на пути создания унифицированной модели внутреннего контроля в бюджетных организациях.

В целом модернизировать внутренний контроль в бюджетных организациях необходимо по следующим основным направлениям:

1. Управление, согласно достигнутым результатам.
2. Регламентация работы.
3. Современное информационное обеспечение системы контроля.
4. Обеспечение постоянного развития системы контроля и аудита с учетом зарубежного опыта.

В соответствии с этими направлениями должны быть сформированы конкретные цели и задачи, а также разработан план необходимых мероприятий для их достижения.

Также целесообразно представить графическое изображение модели организации внутреннего контроля в бюджетных организациях (рис. 1).

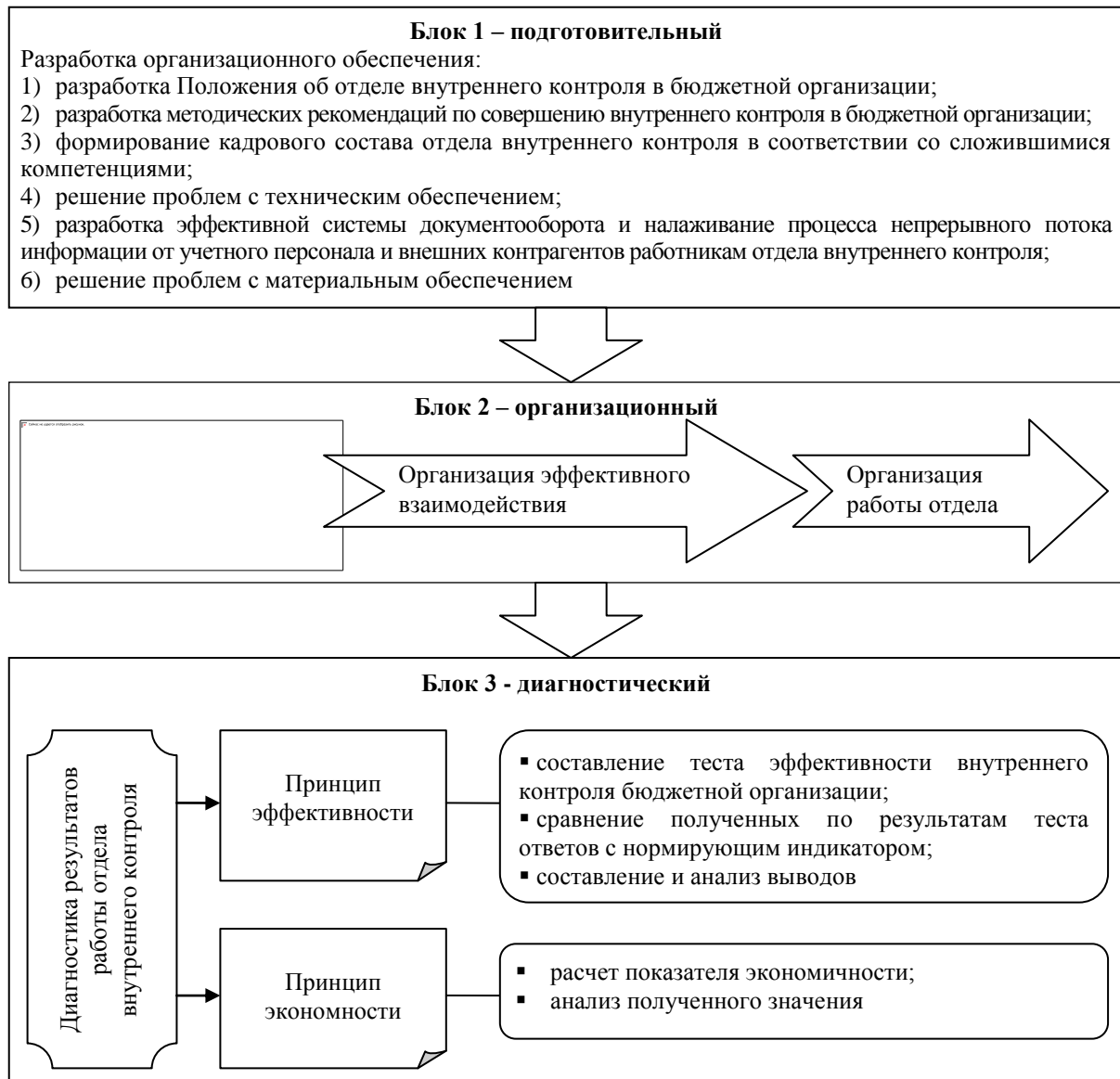


Рис. 1. Модель организации внутреннего контроля в бюджетных организациях [2]

Предлагается модель внутреннего контроля, цель которой – выявление, предупреждение и устранение фактов нарушений или невыполнения действующего законодательства и нормативно-правовых актов, процедур и регламентов, а также неэффективного или нецелевого использования бюджетных средств. Необходимым для формирования целостной системы внутреннего контроля в бюджетных организациях является использование унифицированных подходов к ее созданию.

Поэтому модель организации внутреннего контроля должна состоять из следующих основных элементов:

1. Среда контроля – целенаправленные действия административного персонала, целью которых является внедрение и поддержка на должном уровне внутреннего контроля, а также общее понимание его роли и значения.

2. Процедуры контроля – различные организационные и технические мероприятия, цель которых обеспечение выполнения распоряжений и приказов администрации службы.

3. Информационно-технологическая система – совокупность информационных потоков с возможностью аутентификации и авторизации, то есть определение субъекта и времени внесения изменений или проведения информации, а также установление личности того, кто санкционировал указанные действия и несет за них ответственность.

4. Система мониторинга – обеспечение перманентной слежки, анализа и оценки качества внутреннего контроля.

Выводы. Очевидно, что действенным рычагом повышения эффективности использования финансовых ресурсов распорядителями бюджетных средств и подведомственных бюджетных организаций является внутренний контроль и аудит. Выполняя функцию предупреждения, эти формы контроля играют важную роль на каждой стадии бюджетного процесса и обеспечивают обоснованное принятие управленческих решений.

Список литературы:

1. Дикань, Л. В. Контроль в бюджетных учреждениях: теория и практика: монография / Л. В. Дикань, О. В. Кожушко, Ю. А. Лядова, Е. В. Дайнеко, Т.А. Кривцова; ред.: Л.В. Дикань. – Харьков: ХНЭУ им. С. Кузнеца, 2016. – 330 с.

2. Евсеенко, В.А. Организация внутреннего контроля в бюджетных учреждениях: сущность, роль и направления развития / В.А. Евсеенко, М.С. Потапова // Финансы, учет, аудит: сборник научных работ ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Вып. 4. – Донецк: ДонАУиГС, 2016. – С. 148-158.

Коляда Е.Н., студентка

Щетинская Я.В., к.э.н., доцент

ГОУВПО «Донецкий национальный университет»

olgakoljada@rambler.ru

ДИАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность данной темы в том, что результативность деятельности предприятия в условиях рыночной экономики зависит от обоснованности и качества принимаемых управленческих решений.

Объектом данного исследования является деятельность предприятия, а **предметом** являются подходы для диагностики результативности деятельности предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Известно, что эффективность предприятия является ключевым понятием, направлением и целью в диагностике результативности деятельности предприятия. По сути, эффективность предприятия представляет собой комплексную оценку итоговых результатов использованной совокупности ресурсов и активов за определенный период на предприятии.

Каждое предприятие заинтересовано в эффективной деятельности предприятия. А чтобы деятельность была эффективной необходим постоянный мониторинг ее результатов. Результаты диагностики являются фундаментом для выявленных факторов, влияющих на результаты и решение важных вопросов в деятельности предприятия. Ключевая роль диагностики заключается в гибком реагировании на изменения, как во внешней, так и во внутренней средах деятельности предприятия [2].

Целью данного исследования является диагностика эффективности разных направлений деятельности на предприятии.

Изложение основного материала исследования. Результат диагностики деятельности предприятия может быть разным и проводится на предприятиях по разным направлениям, в зависимости от целей. В экономической теории понятия результата и результативности встречаются крайне редко, поэтому они понимаются еще как эффект и эффективность. Их связь выражается отражением через эффект за счет получения положительного или отрицательного результата, а через эффективность за счет затрат, потраченных на получение данного результата [1].

В экономическом словаре А. Н. Азриляна отмечается, что эффективность – это способность давать эффект, оказывать влияние, а экономическая эффективность предприятия – это важнейший оценочный показатель результативности деятельности предприятий, который представляет собой сопоставление результатов такой деятельности [3].

Экономический эффект — разность между результатами деятельности хозяйствующего субъекта и произведенными для их получения затратами на изменения условий деятельности [4].

Чтобы предприятие могло получать максимальную эффективность (результативность), разные ученые предлагают применять ряд подходов к диагностике деятельности предприятия через разнообразную систему показателей, представленную в таблице 1:

Таблица 1

Подходы к диагностике результативности деятельности предприятия

Автор подхода	Описание подхода	Расчетные показатели
И.Н. Герчикова	результативности необходимо проводить относительно показателей реальных затрат в процессе производства.	рентабельность активов, собственного и заемного капитала.
А. Д. Шеремет и Р. С. Сайфулин	эффективность необходимо проводить по авансированным и потребленным ресурсам, а также по оборачиваемости и рентабельности средств или их источников.	коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными и оборотными средствами; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент интенсивности оборота авансированного капитала; коэффициент менеджмента (эффективности управления организации); рентабельность собственного капитала
И. А. Макаренко	эффективность необходимо рассчитывать при помощи показателей материалоемкости продукции, фондоотдачи, срока окупаемости капитальных вложений, производительности труда, рентабельности предприятия.	

Проанализировав совокупность подходов к диагностике эффективной деятельности предприятия [5] необходимо ответить, что ключевым показателем для эффективности является рентабельность.

Но если учесть факт, сказанное выше, что эффективная деятельность охватывает разные сферы предприятия и результат эффективности зависит от разных целей, то в экономике выделяется ряд обязательных направлений для осуществления диагностики результативности деятельности предприятия. А именно:

- распределение и использование имеющихся ресурсов;
- производство;

- операционная и инвестиционная деятельность;
- активы предприятия;
- внешнеэкономическая деятельность [1].

Чтобы произвести и оценить диагностику эффективности деятельности предприятия в одном из выше указанных направлений, необходимо четко следовать поэтапному процессу оценки результативности. Важно отметить, что самым влияющим на результат этапами является выбор подхода и определение системы показателей для оценки эффективности деятельности предприятия.

Рассмотрим, как оценивается диагностика эффективности деятельности предприятия в направлении производство, произведем расчет таблицы показателей по всем выше предложенным подходам диагностики результативности деятельности предприятия на примере ПАО «НЛМК». Подробный расчет представлен в таблице 2.

Таблица 2

Таблица расчета показателей по подходам диагностики результативности деятельности предприятия на примере ПАО «НЛМК»

Подход	Показатель	Года	
		2016	2017
И.Н. Герчикова	рентабельность активов	0,0007	0,0020
	рентабельность СК	11,56	32,17
	рентабельность ЗК	34,05	121,20
А. Д. Шеремет и Р. С. Сайфулин	коэф. обеспеч. оборотных активов собственными и оборотными средствами	0,20	0,20
	коэф. текущей ликвидности	3,65	3,37
	коэф. интенсивности оборота авансированного капитала	0,77	0,75
	рентабельность СК	11,56	32,17
	РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА	12,39	32,96
И. А. Макаренко	коэф. материалоемкости продукции	0,71	0,73
	коэф. фондоотдачи	2,56	3,16
	производительность труда	15257,6	18553,0
	рентабельность активов	0,0007	0,0020

Проведя диагностику результативности деятельности предприятия на примере ПАО «НЛМК» по направлению производство можно сделать вывод, что наиболее подходящим подходом для диагностики эффективности в этом направлении будут являться подход И.А. Макаренко. Это обосновывается тем, что группа показателей, характеризующая данный подход в значительной степени отражает результаты самого производства.

Оценка диагностики эффективности деятельности предприятия в любом выше предложенном направлении позволяет выявить неэффективные сферы деятельности, в которых необходимо проводить определенный ряд мероприятий для ее повышения.

Результат оценки диагностики обосновывает принятый ряд мероприятий, повышающий эффективность экономического развития деятельности предприятия.

Также результат оценки диагностики результативности деятельности предприятия позволяет получить необходимый объем достоверной информации, служащей основой для эффективной деятельности предприятия и путей повышения доходности, являющийся залогом эффективного экономического развития.

Выводы. В заключение можно сказать, что в научном смысле диагностика результативности деятельности предприятия представляет собой систему разнообразных подходов, которые включают в себя совокупности показателей для оценки и прогнозирования эффективности деятельности предприятия. По мнению Савицкой Г.В. эффективность – показывает соответствие результатов деятельности предприятия целям и интересам его участников затрат в денежной форме.

Также для любого предприятия самым главным резервом для повышения результативности должно быть рациональное формирование, воспроизводство и использование ресурсного потенциала предприятия.

Список литературы:

1. Грищенко, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. – 112 с.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002.
3. Большой экономический словарь / под ред А.Н.Азрилияна. – 5-е изд. доп и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – С. 469.
4. Экономический эффект // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экономический_эффект (дата обращения 05.04.2019).
5. Методические подходы к диагностике эффективности деятельности предприятия // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruzoo.ru/методические-подходы-к-диагностике-э/> (дата обращения 05.04.2019).
6. Официальный сайт Новолипецкого металлургического комбината (Липецк) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lipetsk.nlmk.com> (дата обращения 05.04.2019).

Комягина Л.А., студент
Краснова В.В., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
lilya.komyagina@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Инновационная деятельность, так или иначе, формирует общее направление развития предприятия. Она является одной из базисных основ формирования конкурентоспособности предприятия. Эффективное осуществление инноваций позволяет создать определяющие стратегические преимущества предприятия. Благодаря им, предприятия становятся лидерами и достигают конкурентных преимуществ, благодаря инновациям – путем использования, как новых технологий, так и методов работы, но после достижения преимуществ содержание их становится возможным только путем постоянных усовершенствований, то есть инновационной деятельности. Инновации, являясь научно-техническим и технологическим совершенствованием производства, придают экономическому росту предприятия интенсивный характер.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализом влияния инноваций на конкурентоспособность предприятия занимались такие ученые как: М. Портер, Д. Рикардо, И. Ансофф, А. П. Градов, П. С. Завьялов, Б. А. Соловьева.

Цель исследования. Целью данной работы является исследование теоретических основ конкурентоспособности и анализ влияния инновационной деятельности на конкурентоспособность.

Результаты исследования: дано определение конкурентоспособности, раскрыты основные факторы влияния инноваций на конкурентоспособность, проведен анализ возможных позитивных и негативных последствий в результате ведения инновационной деятельности.

Для того чтобы предприятие имело высокую конкурентоспособность, необходимо не только модернизировать организацию и управление, но четко знать для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Предприятия получают конкурентные преимущества, разрабатывая новые способы осуществления деятельности, внедряя новые технологии или исходные компоненты производственного процесса. Таким образом, основным источником конкурентных преимуществ являются нововведения (инновации).

Таблица 1

Определение термина «конкурентоспособность» различными авторами

Автор	Определение
Завьялов П. С.	Конкурентоспособность - это концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых или иных возможностях страны (равно как и любого конкретного товаропроизводителя), которые реализуются в товарах и услугах, спешно противостоящих конкурирующим аналогам, как на внутреннем, так и на внешнем рынке [1].
Градов А. П.	Под конкурентоспособностью понимает сравнительное преимущество фирмы (предприятия) в отношении других фирм (предприятий) данной отрасли внутри страны и за ее пределами [1].
Соловьева Б.А.	Конкурентоспособность предприятия представляет собой относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного предприятия от предприятия-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами (услугами) конкретной производственной или личной потребности, так и по эффективности производственной деятельности [1].
Фатхутдинов Р. А.	Конкурентоспособность – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Конкурентоспособность характеризуют выпуск конкурентоспособного объекта и устойчивая финансовая деятельность [2].

Общий подход к трактовке понятия «конкурентоспособность» дает возможность определить его как – способность достичь наилучших результатов в конкретной сфере деятельности в процессе рыночного соперничества, способность субъекта активно завоевывать и удерживаться в сегменте как внутреннего, так и внешнего рынка в конкретно определенное время. Конкурентоспособность не ограничивается эффективным ведением хозяйственной деятельности, а является более распространенным понятием и не замкнутым пределами внутренней деятельности.

В связи с этим, возникает потребность в определении конкретных аспектов инновационной деятельности значительно влияющих на конкурентоспособность (рис.1).



Рис.1. Схема влияния инновационной деятельности на формирование конкурентоспособности предприятия

По степени влияния на конкурентоспособность предприятия важным является деление инноваций на два типа: базовые инновации и инновации ситуативно-производного типа.

Первый тип инноваций связан с фундаментальными прорывами в научно-технической сфере. Осуществление таких инноваций способно изменить параметры конкурентной борьбы, существенно улучшая качество производственного процесса в сферах деятельности технологических лидеров или даже монополистов, однако требует наличия на предприятии значительного объема фундаментального знания (или доступа к нему) и является возможным далеко не для каждого предприятия.

Второй тип инноваций не имеет такого кардинального влияния на конкурентоспособность, как базовые инновации. Ситуативно-производные инновации, хоть и повышают эффективность хозяйствования, но решают локальные задачи в рыночной деятельности предприятия. Отметим, что такие инновации повышают конкурентоспособность предприятия, как по цене, так и по технологическим параметрам продукции.

Как свидетельствуют теория и практика, инновационные стратегии через свои особенности являются, с одной стороны, эффективным управленческим инструментом, а с другой – создают ряд проблем в управлении организацией. Инновационные стратегии:

- ускоряют постоянное развитие организации в условиях рынка;
- обеспечивают преимущества в конкуренции на основе лидерства в технологии, качества продукции, услуг;
- определяют позицию на рынке, набор новых товарных линий.

С другой стороны, инновационные стратегии создают для проектного, корпоративного, инновационного управления сложные условия, среди них, в частности:

- повышенный уровень неопределенности конечных результатов по срокам, затратами, качеством и эффективностью;
- повышение инвестиционных рисков проектов и особенно долгосрочных, что требует поиска более рискованных инвесторов;
- увеличение потока изменений в организации, реализация любой инновационной стратегии связана с неизбежностью перестройки (реструктуризации) организации,

поскольку изменение в системе любого элемента ведет к изменениям состояния всех других.

Решение этих и других проблем требует от инновационной деятельности сочетание интересов и согласованности решений стратегического, научно-технического, маркетингового, производственного направлений, что обеспечит координацию и эффективность действий.

Выводы. Прежде всего, основным показателем успеха является интеллектуально-креативный потенциал фирмы, от которого зависит дальнейшее формирование уровней конкурентоспособности предпринимательской структуры: технологий, товаров и финансов. Но благодаря применению инноваций в условиях нынешней экономики, инновационное развитие предприятия становится ядром, определяющим не только успех предприятия на рынке, но и его конкурентоспособность. Для повышения конкурентоспособности необходимо оперативно адаптироваться к изменениям, и адекватно, а так же своевременно реагировать на изменения рынка и по мере возможности активно воздействовать на него.

Список литературы:

1. Портер, М. Стратегия конкуренции / М. Портер; пер. с англ. – М.: Основы, 2008. – 266 с.
2. Ильяшенко, С.Н. Управление инновационным развитием: учебное пособие / С.Н. Ильяшенко – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский дом «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с.
3. Павленко, И.А. Экономика и организация инновационной деятельности: учеб. пособие / И.А. Павленко. – Изд. 2-е, без изменений. – М.: КНЭУ, 2006. – 204 с.

Кондратьев С. А., ассистент
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Владимира Даля»
sk-1994@mail.ua

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Актуальность. В современных рыночных отношениях социальный аспект предпринимательства приобретает всё большее значение, следовательно, и определение социальной функции предпринимательской деятельности значительно расширяется. Необходимо отметить, что выделить социальную составляющую в чистом виде довольно сложно, вследствие чего мы рассматриваем социальную функцию как наиболее важную во взаимодействии с экономическим, экологическим и другими компонентами. Так, с одной стороны, экономические отношения подразумевают связь между людьми, то есть они имеют социальный характер, а с другой, экономические отношения не могут существовать в отрыве от природы, а значит они экологичны. Следует сказать, что о каком бы аспекте предпринимательской деятельности не шёл разговор, она всегда будет иметь социальное преломление.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время в научной литературе отсутствует общепринятое определение социальной эффективности предпринимательской деятельности. Разделение из сущности эффективности её составляющих элементов является недостаточно верным решением. При данном

подходе исчезает единство экономического и социального аспекта содержания эффективности. На практике отсутствует разделение эффективности предпринимательской деятельности на экономическую, социальную, а также экологическую составляющие [1]. Обычно наблюдается такой подход, когда социальную и экономическую эффективность предпринимательства объединяют в категорию «социально-экономическая эффективность».

Одни исследователи утверждают, что категория социальной эффективности не совсем применима по отношению к предпринимательской деятельности, поскольку достаточно сложно оценить социальную эффективность в количественном выражении. Другие исследователи полагают, что социальная эффективность предпринимательства должна рассматриваться и оцениваться, несмотря на сложность её определения. Под социальной эффективностью подразумевается соответствие результатов хозяйственной деятельности компании социальным целям общества [2]. В таком случае, социальную эффективность предпринимательской деятельности стоит рассматривать как процесс удовлетворения потребностей, как персонала компании, так и общества в целом.

Некоторые исследователи, изучающие социальную эффективность предпринимательства предполагают, что в первую очередь социальный эффект от деятельности заключается в удовлетворении потребностей человека в социальных благах, к которым относится охрана труда и здоровья, образование и культура населения и др. [3].

Цель исследования. Раскрыть сущность категории «социальная эффективность»; рассмотреть социальный аспект предпринимательства; обосновать взаимосвязь экономической и социальной эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях; исследовать основные показатели социальной эффективности предпринимательства.

Результаты исследования. Одной из наиболее важных задач современных компаний является формирование социальной эффективности, поскольку стабильный рост социальной эффективности создаёт основу социальной стабильности как внутри компании, так и в обществе в целом. В связи с этим всё более актуальным становится развитие методологии исследования социальной эффективности предпринимательской деятельности.

Под социальной эффективностью понимается сложная, многофункциональная система связей, предопределяющая достижение конечной цели любой формы организации производства – удовлетворение потребностей общества, его развитие [4].

Социальная эффективность предпринимательства нацелена на прямое действие по реализации социальной программы и обладает определённой двойственностью при оценке эффекта. Результат включает смесь финансовой и социальной отдачи. Максимизация прибыли остаётся главной целью, но не единственной, прибыль реинвестируется в осуществление социальной миссии.

Понятия «социальный эффект» и «экономический эффект» сложно разделить уже на основании того, что всё экономическое является в определённой степени социальным. На социальный эффект оказывает влияние не только совокупность экономических факторов, но и природных, психологических и др. Социальный эффект относительно экономического является более общим, более сложным по содержанию, а также более многообразным по форме.

Социальный аспект состоит в подчинённости целей экономического роста первостепенным задачам социального развития, который заключается в служении экономики на благо общества. Экономический аспект состоит в наибольшем соответствии результативности экономического развития достижению совокупности

целей социального развития, подразумевающий управление результатами деятельности экономических систем, и такое управление осуществляется тем обществом, которое либо уже обладает конкретной выгодой от экономической системы, выраженную в показателях социальной эффективности, или предполагает получение данной выгоды в будущем [5].

Определение социальной эффективности предпринимательства тесно связано с выбором критериев эффективности, к которым относятся не критерии материально-предметного характера, а социальные и человеческие аспекты (развитие образования, научных разработок, защиты здоровья людей и окружающей среды, снижение уровня социальной напряжённости). К обобщающим показателям оценки социальной эффективности предпринимательской деятельности можно отнести: уровень, качество и продолжительность жизни населения, его благосостояние, уровень занятости и безработицы, текучесть персонала в компании, прожиточный минимум, уровень дифференциации доходов и др. [6].

Социальная эффективность предпринимательской деятельности объединяет в себе две основные составляющие: внешнюю и внутреннюю.

Внешняя социальная эффективность характеризует результат удовлетворения общественных потребностей в определённой продукции или услуге. Она отражает структуру общественных потребностей, уровень полезности произведённого товара или оказанной услуги, долю компании на рынке готовой продукции и её потенциальные возможности.

Внутренняя социальная эффективность характеризует социальную деятельность внутри компании, направленную на развитие человеческого потенциала. Она отражает уровень удовлетворения в результате производства потребностей субъектов, задействованных в нём.

Таким образом, повышение уровня социальных показателей способствует увеличению экономических. Когда работник удовлетворен и его устраивает его занятость, тип его работы и общие впечатления о ней, его продуктивность увеличивается. В свою очередь это способствует высокому росту экономических показателей.

Очень важно поддерживать развитие работников предприятия. Именно это мотивирует их и дает стимул двигаться по карьерной лестнице, что также положительно сказывается на их желании работы и на общем показателе удовлетворения своей занятостью.

Безопасность рабочего процесса позволяет дать работникам гарантию сохранения здоровья и уменьшить текучесть кадров, что в свою очередь освобождает от многих проблем и улучшает эффективность функционирования предприятия. Увеличивая уровень жизни персонала, предприятие может достичь более высокого доверия к себе со стороны партнеров или клиентов. В свою очередь, это снижает показатель текучести кадров и увеличивает шанс быстро найти хорошего работника в случае потребности.

Выводы. Социальный эффект предпринимательской деятельности состоит в том, что инновации, создаваемые предприятиями, оказывают значительное влияние на общество. Производя товары и оказывая услуги, они делают жизнь более качественной, повышают производительность труда, благоприятно влияют на здоровье, настроение общества, наполняя мир нужной продукцией.

Многие предприятия пренебрегают потребностью улучшения социальных показателей эффективности хозяйственной деятельности. В погоне за прибылью игнорируются другие потребности работников и партнеров, что вызывает необходимость обращения внимания на социальную составляющую эффективности предпринимательской деятельности. Существенную роль в повышении эффективности

функционирования предприятия отыгрывает именно уровень жизни его работников. Улучшение этого параметра увеличивает доверие со стороны партнеров и инвесторов к данному предприятию. Кроме того, это повышает уровень доверия персонала к начальству и мотивирует их. Возможность карьерного роста также является немаловажной для любого работника. Важно предоставлять возможность персоналу предприятия учиться и развиваться, что в свою очередь поможет улучшить уровень жизни и квалификацию персонала, а также приведёт к повышению эффективности функционирования предприятия в целом.

Немаловажным показателем социальной эффективности предпринимательской деятельности является также забота об окружающей среде. Экологическая составляющая в настоящее время часто страдает из-за отсутствия определенных норм и правил поведения с экологической составляющей. В свою очередь, это вызывает негативные последствия и несет опасность для всей окружающей среды. Улучшение экологической составляющей и ее охрана способны повысить доверие к предприятию и увеличить показатели эффективности хозяйственной деятельности.

Список литературы:

1. Давыдянц, Д.Е. Эффект и эффективность предприятия: оценка, анализ, пути повышения: монография / Д.Е. Давыдянц, Н.А. Давыдянц. – Ставрополь: АГРУС, 2005. – С. 56.
2. Экономика и социология труда / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 548 с.
3. Юрьева, Т.В. Социальная экономика: Учебник / Т.В. Юрьева. – М.: Дрофа, 2001. – 352 с.
4. Экономический словарь / под ред. А.И. Архипова. – М: Проспект, 2013. – 633 с.
5. Давыдянц, Д.Е. Критерий, показатели и оценка социально-экономической эффективности / Д.Е. Давыдянц // Вопросы статистики. – 2002. – №8.
6. Социальный менеджмент: Учебник / под ред. Д.В. Валового. – М.: ЗАО «Бизнес школа «Интел-Синтез», 2000. – 392 с.

Кузьмина А.В., студент

Карпухно И.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

alena-kuzmina-00@mail.ua

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Актуальность данной работы: в данный момент открывается все большее количество общественных заведений. Диапазон инвестиций в открытие ресторанного бизнеса широк: он начинается уже от \$ 30 тыс. и в ряде случаев превышает \$ 1 млн. Сейчас считается модно быть ресторатором, так как ресторанный бизнес является респектабельным.

Целью работы является анализ состояния и тенденции развития ресторанного бизнеса.

В данное время в России индустрия общественного питания, как и за рубежом, представлена множеством заведений различного уровня обслуживания и направлениями, качеством продукции, компаниями сетевого бизнеса, крупными участниками

международного рынка услуг питания. Ресторанный рынок продолжает активно развиваться. В России работают 88 тыс. таких заведений [3].

Доля затрат на питание «вне дома» в России – один из наиболее низких по сравнению с другими цивилизованными государствами (рис.1). В 2015 году она составила всего 10,7% от общего бюджета на питание. Для сравнения, в Канаде доля расходов на питание «вне дома» составляет 39%, а в США – 47%.

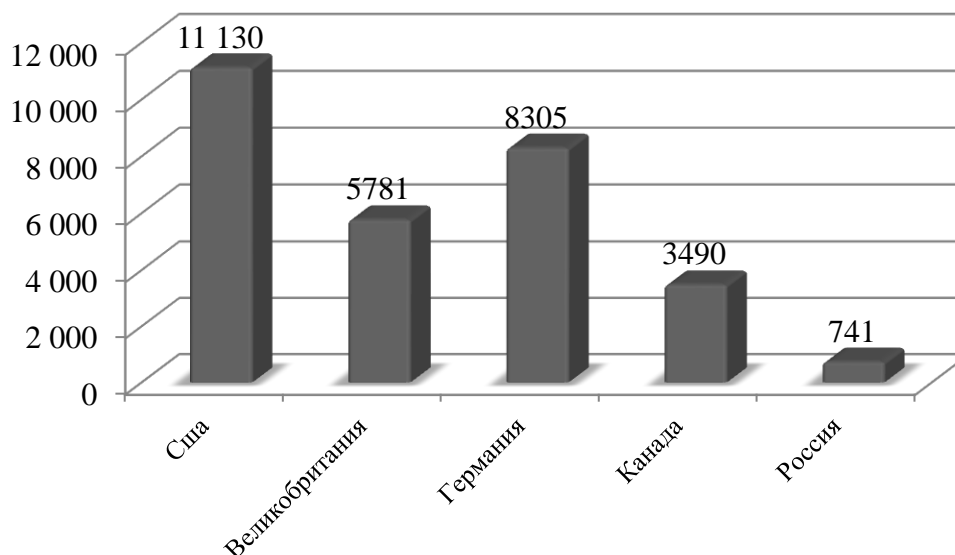


Рис. 1. Среднедушевые затраты на питание «вне дома», руб. в месяц

Совокупный оборот рынка общественного питания в Российской Федерации составляет 1 301 млрд. руб., Германии – 3 400 млрд. руб., а США – 43 468 млрд. руб. При этом, в последние годы все без исключения иностранные государства показывают уверенный прирост рынка (от 1% до 3% в год) [5].

В то же время во всемирном справочнике банкротств «Дан энд Брэдстрит» ресторанный бизнес занимает четвертое место после магазинов, торгующих одеждой, мебелью и фотоматериалами. Даже в стабильной Западной Европе из 100 вновь открывшихся заведений через два года остаются на рынке только половина [4].

Среди основных причин банкротств в сфере ресторанного бизнеса называют общую экономическую ситуацию в стране, нехватку средств, неэффективное управление и неплатежеспособность населения, то есть факторы, в большинстве своем не подвластные ресторатору. Кроме потенциальных рисков рестораторам приходится учитывать и тенденции экономики, ведь макроэкономические факторы мощно влияют на развитие ресторанного бизнеса [2].

Сейчас даже не всегда осознавая того, в рестораны люди идут за чем-то гораздо большим. И дело не столько в изысканной кухне, не столько в интерьере и атмосфере, не столько в каких-то трендовых решениях, сколько во всеобщей концепции заведения. Отсутствие стержня в концепции, банальные или безвкусные решения, диссонирующая стилевая композиция – всё это с малой вероятностью заставит кого-то вернуться снова. Деятельность многих рестораторов как раз во многом и мотивируется желанием творческой самореализации, намерением внедрить и развивать какое-то собственное ноу-хау, стиль или тренд, что в перспективе способно произвести фурор с неизбежным финансовым успехом.

Раскрутка ресторана – важный фактор на пути к достижению успеха. Сложно найти действительно успешное заведение, которое не проводит активную рекламномаркетинговую деятельность, никак не представлено в СМИ и в сети интернет.

Последние тенденции ресторанного маркетинга уже не столько фокусируются на прямой рекламе, сколько на формировании интересного обывателю тематического контента (например, история каких-то традиционных блюд, здоровый образ жизни и т.д.). От маркетинговых мероприятий зависит посещаемость, без которой ресторан просто рискует закрыться.

Сегодня ресторанный рынок консолидируется, мелкие игроки вытесняются более крупными. В течение последних нескольких лет наметилась тенденция слияний-поглощений, в результате которых на рынок выходят новые бренды или продолжают активно развиваться прежние, но претерпевшие ряд преобразований. В ближайшие годы эта тенденция сохранится и помимо центральных регионов постепенно охватит крупные российские города [2]. Для того чтобы эффективно функционировать профессионалам в ресторанном бизнесе всегда приходится предчувствовать и быстрее реагировать на постоянно изменяющуюся ситуацию на рынке.

Еще в 2017 году количество заведений, предлагающих клиентам питание вне дома, сократилось на 1,5% в связи с резким скачком цен на недвижимость. А в 2018 году специалисты прогнозируют увеличение этого показателя до 20-25% [6].

Перспективы развития ресторанного бизнеса в Российской Федерации все же имеются. Важным условием их реализации, однако, должно стать умение предпринимателей адаптироваться к новым обстоятельствам. Те, кто проявят гибкость и способность внедрения новых технологий, принципов работы и обслуживания клиентов, смогут с легкостью этот период миновать.

За 2015-2016 годы объемы ресторанного бизнеса упали почти на 8 %, а за первую половину 2017-го виден рост оборота ресторанного рынка, который составляет 0,1 % (рис.2). В конце года оборот вырос на 0,3 % по сравнению с показателем предыдущего года. По итогам 2018 года ожидаемый рост рынка составит 1,2 %.

В последние годы наблюдается бум гастрономии, в конкурентном соперничестве заведения умудряются баловать и удивлять своих посетителей разнообразными кулинарными новинками, чтобы добиться их расположения. Перспективные открывающиеся рестораны делают большую ставку на новизну, отстраняясь от старых предпочтений клиентов. Стремление стать незаурядным – уже само по себе является мощным нынешним трендом. Также предприниматели делают ставку на эксклюзивность собственного формата, чтобы привлечь аудиторию. Все большее количество заведений приобретают свою уникальную концепцию.

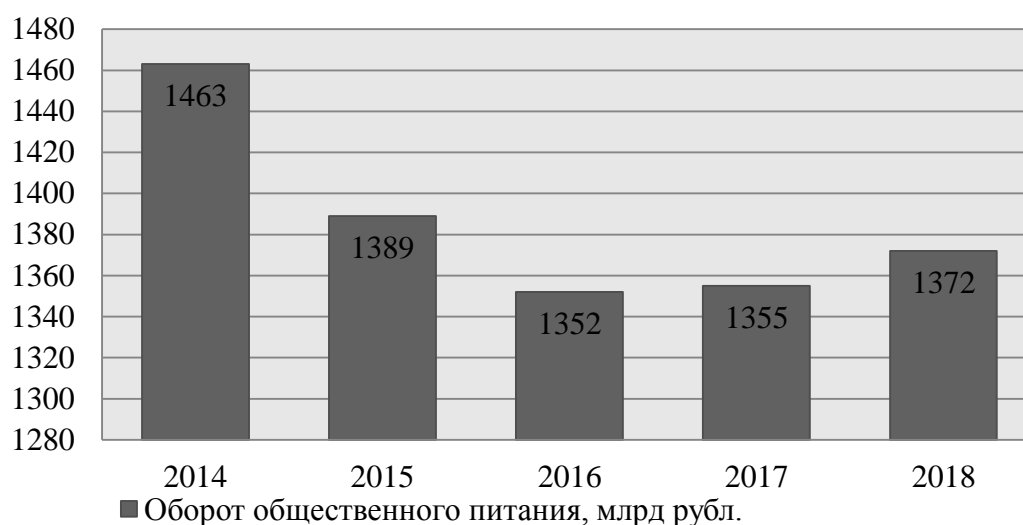


Рис. 2. Перспективы развития ресторанного бизнеса

Таким образом, сохранить свои позиции на рынке предприятиям общественного питания помогает ряд конкурентных преимуществ:

- грамотно построенный бренд и успешная рекламная кампания;
- внедрение концепции открытой кухни, принципов открытости для потребителей;
- корректировка деятельности предприятий в соответствии с пожеланиями потребителей.

Опыт успешных проектов позволяет убедиться, что при правильной оценке возможностей рынка и своего потенциала можно увеличивать свою долю и стать лидером на рынке.

Список литературы:

1. Официальный интернет-ресурс Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/main/> (дата обращения 21.03.2019).
2. Фоминых, И.Л. Состояние и тенденции развития ресторанного бизнеса в современной России / И.Л. Фоминых, 2016. – 125 с.
3. Официальный интернет-ресурс Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 11.04.2019).
4. Aristide Oana Global Bankruptcy Trends. Global Bankruptcy Report 2016. [Электронный ресурс] / Aristide Oana. – Режим доступа: <http://www.dnb.com/> (дата обращения 11.04.2019)
5. Обзор рынка общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-obshchestvennogo-ritaniya/> (дата обращения 11.04.2019).
6. Кунтарева, К.С. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности кофейни «Театр» в контекст повышения спроса на услуги / К.С. Кунтарева. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-471, 2017. – 86 с.

Куликова О.В., студентка

Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

kulikova10-97@ya.ru

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы определяется тем, что в современных условиях с проблемой кризисного состояния сталкивается значительное количество предприятий. Оказавшись в кризисном состоянии, предприятия зачастую вынуждены запускать процедуру банкротства, результатом которой может стать их ликвидация. Тем самым кризисные явления оказывают негативное влияние на все уровни экономики: на микроуровне ведут к финансовым потерям собственников и ухудшению социального климата, на мезоуровне – приводят к снижению показателей развития экономики региона, на макроуровне – влекут за собой нарушение экономического равновесия, снижение объема ВВП, и, как следствие, сокращение доходной части бюджета. В этой связи на

первый план научного поиска выходит проблема формирования эффективной системы антикризисного управления, способной обеспечить устойчивость функционирования предприятия в долгосрочной перспективе.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам методологии антикризисного управления посвящены научные труды ряда авторов. Коротков Э.М., Попов Р. А. рассматривали понятие кризиса и антикризисного управления. Крушинский А. А., Наумова Е. В. особое внимание уделяли принципам, инструментам антикризисного управления в условиях нестабильной экономики. Бирюков А. Н., Ковалева И. В., Усенко Л. С. исследовали методы диагностики кризисного состояния на предприятии. Кроме того, исследованию проблем антикризисного управления предприятием посвятили свои работы Гуськова Н. Д., Ерастова К. О., Ковалевская И. А., Курочкина Л. П., Магданов П. В., Михайлова А. А., Петров И. В., Ряховская А. Н., Торхов С. Е., Шмидт Ю. Д. и др. Вместе с тем, многогранность проблем антикризисного управления требует дальнейших углублённых исследований в этой сфере, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Целью исследования является систематизация, осмысление и развитие современных подходов к содержанию антикризисного управления, определение его видов и принципов, обоснование алгоритма и моделей антикризисной диагностики с учётом реалий их применения в странах с трансформационной экономикой.

Результаты исследования. Существует множество подходов к определению кризиса. Структурировав их, можно дать теоретически обоснованное и уточненное определение понятия «кризис». *Кризис* – это временный, естественный и неизбежный процесс движения социально-экономических систем, характеризующийся резкими негативными изменениями и угрозой их жизнеспособности, он принуждает к принятию срочных мер по предотвращению и нейтрализации в условиях ограниченного времени и значительной неопределенности. Фундаментом антикризисной деятельности предприятия является антикризисное управление. Рассмотрев различные подходы к его определению, можно обоснованно определить его содержание. *Антикризисное управление* – это система мер по диагностике, предупреждению, нейтрализации и преодолению кризисов и их причин на всех уровнях экономики.

На данный момент создание эффективной системы антикризисного управления на предприятиях стоит в ряду важнейших стратегических проблем, потому как динамика показателей деятельности отечественных субъектов экономики свидетельствует о недостаточно эффективной реализации антикризисного управления. К примеру, остаётся довольно высоким удельный вес убыточных предприятий. В реальном секторе экономики удельный вес убыточных предприятий составляет в среднем 30%, а по некоторым его отраслям достигает и 50%. Кроме того, предприятия находятся в глубокой зависимости от банковского финансирования, тем самым нарушая свою финансовую устойчивость к возможным кризисным изменениям рынка [3, с. 34]. Отсюда следует, что роль антикризисного управления в странах с трансформационной экономикой чрезвычайно велика.

Необходимым элементом превентивного управления является своевременная и достоверная диагностика результатов деятельности хозяйствующего субъекта, позволяющая вовремя обнаружить сигналы о формировании факторов и процессов, способных вызвать кризис, предвидеть его наступление [1, с. 137].

Одним из этапов антикризисной диагностики является **дискриминантный анализ** и оценка вероятности наступления кризисной ситуации. Дискриминантный анализ используется для нахождения переменных, которые разделяют объекты на две или более естественно возникающие группы (банкроты; в относительно устойчивом состоянии; в устойчивом состоянии). Посредством методов данного анализа можно

создать модель, позволяющую определить принадлежность предприятия к одной из групп.

В связи с тем, что предприятие – динамическая система, которая находится в динамической окружающей среде, необходимо постоянно отслеживать состояние предприятия. Хорошими инструментами для этого являются модели *Альтмана*, *Бивера*, *Конана-Гельдера*, *Таффлера*, *Спрингейта*, *Фулмера*, *Беликова-Давыдовой*, *Зайцевой*.

Рассмотрим деятельность предприятия ПАО «Кондитерская фабрика «АВК», проведем диагностику ПАО «АВК» при помощи методов дискриминантного анализа за период 2013-2017 гг. Объединив результаты вычислений моделей по отечественным, и зарубежным методикам, получим следующие результаты диагностирования вероятности банкротства (табл. 1).

Таблица 1

Сводные результаты диагностики вероятности банкротства

Модель	Вероятность наступления банкротства				
	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Альтмана</i>	Высокая	Высокая	Высокая	Средняя	Средняя
<i>Бивера</i>	Низкая	Высокая	Высокая	Высокая	Средняя
<i>Конана-Гольдера</i>	Средняя	Средняя	Низкая	Низкая	Низкая
<i>Таффлера</i>	Средняя	Средняя	Средняя	Средняя	Средняя
<i>Спрингейта</i>	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
<i>Фулмера</i>	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
<i>Беликова-Давыдовой</i>	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
<i>Зайцевой</i>	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая

Проведя антикризисную диагностику ПАО «Кондитерская фабрика «АВК» за исследуемый период по зарубежным и отечественным дискриминантным моделям, сравнив результаты расчетов, можно сделать вывод, что существует определенная степень риска. Однако все модели неоднозначно воспроизводят изменение ситуации на предприятии. Согласно моделям *Альтмана* и *Бивера* состояние предприятия можно назвать неудовлетворительным. Анализируя условия применения дискриминантных моделей прогнозирования банкротства, важно учитывать как особенности их формирования, так и актуальный уровень их предсказательной точности. Оценка использованных моделей дискриминантного анализа представим в таблице 2.

Таблица 2

Оценка моделей дискриминантного анализа

Модель	Оценка (из 5)	Комментарий
1	2	3
<i>Альтмана</i>	5	Не трудоемкая. Результат достоверен. Позволяет определить наступление кризиса на ранней стадии.
<i>Бивера</i>	4	Получаем оценку предприятия в виде срока до наступления банкротства по каждому индикатору, но отсутствует итоговое значение, что осложняет интерпретацию результатов.
<i>Конана-Гольдера</i>	2	Отражает вероятность задержки платежей. Надежность результатов низкая, прогноз неточный. Индикаторы трудно определить по данным финансовой отчетности.
<i>Таффлера</i>	3	Вычисления несложные, но результаты неверны, потому как достичь критического уровня ($Z\text{-score} < 0,2$) очень трудно.
<i>Спрингейта</i>	4	Достаточный уровень надежности прогноза. Между индикаторами модели существует статистическая зависимость, что негативно сказывается на качестве модели.

1	2	3
<i>Фулмера</i>	1	Большое число индикаторов (9). Сложность расчетов. Модель является неточной.
<i>Беликова-Давыдовой</i>	3	Вероятность наступления банкротства предоставляется в процентах. Модель создавалась на основе данных торговых предприятий, поэтому дает недостаточно точный результат для производственных предприятий.
<i>Зайцевой</i>	2	Определены нормативные значения для индикаторов модели. Невысокая точность результатов. Модель может использоваться только при наличии данных коэффициента загрузки за предыдущие периоды.

Выводы. На наш взгляд наиболее точными для анализа устойчивости финансового состояния и степени вероятности банкротства для ПАО «АВК» являются модели Альтмана, Бивера и Спрингейта. Результаты эмпирических исследований позитивно характеризуют возможности использования данных моделей для развитых и формирующихся рынков при финансовой диагностике отечественных предприятий. Следует подчеркнуть, что речь идет о моделях нового поколения, преодолевших серьезные модификации и ограничения в сравнении с первыми моделями [2, с. 43].

Модели Альтмана, Бивера, Конана-Гольдера, Таффлера, Спрингейта, Фулмера, Беликова-Давыдовой и Зайцевой являются хорошими инструментами для отслеживания состояния предприятия и могут использоваться не только аналитиками и менеджерами хозяйствующих субъектов на микроуровне, но и регулирующими органами в рамках финансового мониторинга и обоснования антикризисных решений и мероприятий.

Список литературы:

1. Ковалева, И. В. Разработка антикризисного и кризисного управления на основе результатов финансового и экспертного анализа / И. В. Ковалева // Проблемы современной экономики. – 2009. – №4. – С. 137-139.
2. Львова, Н. А. Финансовая диагностика российских предприятий с применением модели Альтмана для развитых и формирующихся рынков / Н. А. Львова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – №7 (241). – С. 37-45.
3. Ряховская, А. Н. Антикризисное управление: развитие научного направления и практики / А. Н. Ряховская, С. Е. Кован // Управленческие науки. – 2014. – №3 (12). – С. 29-37.

Мельник А.О., студентка

Евсеенко В.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»

evseenko-viktoriya@mail.ru

ЗАПАСЫ КАК ОБЪЕКТ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Принципы формирования в бухгалтерском учете информации о запасах и раскрытия ее в финансовой отчетности установлены П(С)БУ 9 «Запасы». Согласно действующего нормативного документа запасы – это активы, которые содержатся для дальнейшей продажи в условиях обычной хозяйственной деятельности, находятся в процессе производства с целью дальнейшего продажи продукта производства,

активы, предназначенные для потребления во время производства продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также управления предприятием.

Действенный учет и внутренний контроль отпуска запасов и их использование является основным участком управленческого процесса на предприятии. Проблемы учета и контроля запасов приобретают особую актуальность и в связи с необходимостью получения пользователями оперативной и достоверной информации об их величине. Система учета и внутреннего контроля, которая сложилась годами, не удовлетворяет современные требования хозяйствования, поскольку условия функционирования предприятий значительно расширяют круг операций, проводимых с запасами.

Анализ последних исследований и публикаций. Большой вклад в решение проблем организации внутреннего контроля запасов на предприятии сделали такие отечественные и зарубежные ученые: Белуха Н.Т., Бутынец Ф.Ф., Голов С.Ф., Сопко В.В., Ткаченко Н.М., Уолш Гленн А., Шорт Дэниэл Г., Энтони Р., Рис Дж., Миддлтон Д. и др.

Однако, особенностям организации внутреннего контроля запасов на предприятиях уделяется недостаточно внимания или применяется формальный подход к методике его использования, что приводит к неэффективности применения и обуславливает целесообразность дальнейшего изучения этих вопросов.

Цель исследования: проанализировать отечественную и международную практику проведения внутреннего контроля запасов, а также раскрыть методические и организационные подходы внутреннего контроля как информационной базы внутреннего аудита результативности проведения операций с производственными запасами.

Результаты исследования. Учетно-аналитическое обеспечение внутреннего контроля содержит аналитическую интерпретацию всех учетных данных периода, подлежащего контролю, по системно-хронологическому подходу отражения их в учете и формах отчетности. Признаками реформации учетной составляющей информационного обеспечения являются:

–расширение объектов учета, в частности, социальной, экономической, экологической составляющих хозяйственной деятельности;

–развитие информационных технологий, способных обеспечить оперативность учета и отчетности, интерпретировать комплексные показатели учетно-аналитического обеспечения в соответствии с запросами менеджеров различных уровней, в автоматизированном режиме проводить внутренний контроль (аудит) результатов деятельности и т.п.

Первоначальная стоимость запасов в соответствии с П(С)БУ 9 «Запасы» определяется в зависимости от способа оприходования: себестоимость запасов (изготовленных, приобретенных на условиях расчета), справедливая стоимость [1]. В свою очередь балансовая стоимость как объект учета и контроля идентифицируется как первоначальная или переоцененная. Для системного формирования учетно-аналитического обеспечения, проведения внутреннего контроля в целом определяющим является выбор этапов движения запасов: оприходование, использование, хранение и списания с балансового учета. Достоверная оценка оприходования запасов – важный фактор объективности результатов контроля их использования.

В соответствии с Международным стандартом аудита 315 (МСА 315) в международной практике аудита система внутреннего контроля не является отождествлением аудита или его формой, а функционирует как неотъемлемая составляющая подготовки внутреннего аудита [2]. В то же время рекомендуется применять достаточно прозрачную (одновременно – простую, детализированную методично и организационно) последовательность этапов определения целей контроля, оценки состояния контроля, процедур контроля, тестов на подтверждение изучаемых вопросов.

МСА 315 и 610 определяют внутренний контроль как процесс, разработанный, введенный и поддерживаемый теми, кто наделен высокими полномочиями, руководством, а также другими работниками, для обеспечения достаточной уверенности в достижении целей субъекта хозяйствования о достоверности финансовой отчетности, эффективности и результативности деятельности, а также соблюдение актов нормативного регулирования [2; 3].

В табл. 1 приведено сравнение концептуальных основ внутреннего аудита финансовой отчетности и внутреннего контроля, раскрывающее подчиненность результатов их проведения.

Таблица 1

Концептуальные основы внутреннего аудита финансовой отчетности и внутреннего контроля

№ п/п	Концептуальные основы	Внутренний аудит	Внутренний контроль
1.	Предмет	Внешняя и внутренняя финансовая отчетность, источники ее подготовки (ведомости, ордера)	Данные бухгалтерского учета и показатели форм внешней и внутренней отчетности субъекта хозяйственной деятельности
2.	Цель	Предоставление обоснованной оценки финансового состояния: выявление ошибок, упущений и неточностей в финансовой отчетности предприятия, оказание консультационных услуг для улучшения финансовых результатов деятельности	Определение эффективности управленческих решений, результатов их внедрения, выявление отклонений от утвержденных норм, устранение негативных ситуаций и предупреждение недостатков в финансово-хозяйственной деятельности
3.	Методическая основа	Общенаучные методы (анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование, абстрагирование и конкретизация, системный анализ и т.д.). Собственные приемы (органолептические, расчетно-аналитические, документальные, обобщения и реализации результатов аудита)	Комплекс приемов и процедур, нацеленный на выполнение программы контрольных действий для достижения цели контроля, поставленных целевых заданий по проверке. Методические приемы: общенаучные, органолептические, документальные, расчетно-аналитические, обобщение и реализация результатов контроля
4.	Период проведения	Приоритетно - после завершения отчетного периода; в случае особых обстоятельств - период определяется решением руководства	На системной основе (в основном постоянно). Решением руководителя подтверждаются: объекты проверки; вопросы, подлежащие контролю; контроллеры из числа должностных лиц субъекта хозяйственной деятельности

Среди целей внутреннего контроля запасов выделяют следующие:

- санкционирование закупок / заготовок, использования запасов;
- контроль за поступлением запасов в соответствии с документами первичного учета;
- подтверждение остатков запасов данным инвентаризации;
- контроль за целевым использованием запасов;
- обоснование результатов проведенной оценки запасов;
- соответствие остатков потребностям использования запасов в хозяйственной деятельности и др.

Для достижения указанных целей целесообразно применить процедуры контроля, в частности:

1. Подтверждение документации критериям полноты и нормативной целостности, санкционированность операций руководителем.

2. Проверка арифметической точности. Все операции по поступлению и выбытию запасов должны учитываться в карточках складского учета запасов, согласно данным в накладных по поступлению/списанию.

3. Проверка счетов учета, регистров, оборотно-сальдовых ведомостей. Общие учетные записи по запасам, объединенные с основной системой бухгалтерского учета (синтетический учет), должны сверяться с аналитическими субсчетами.

4. Сравнение остатков запасов с их учетными записями. Остатки запасов периодически сверяются с учетными записями лицом, несвязанным с персоналом складов.

5. Доступ к активам и учетным записям. Должны быть определены места хранения запасов, которые исключают их порчу, кражу. Доступ к складу должен быть ограниченным в зависимости от профессиональных обязанностей, материальной ответственности.

Тесты целесообразно составлять в разрезе определенных этапов движения запасов. Они предусматривают подтверждение положительных выводов по проверкам: физического хранения запасов и условий их хранения; процедур учета движения запасов на склад/со склада, санкционирование внесения корректив в учетные записи по запасам; соответствие операций списания из-за непригодности запасов документальному обоснованию целесообразности таких операций; обособленного учета движения запасов, принадлежащих связанным сторонам; соответствия данных инвентаризации запасов их учетным записям; адекватность процедур инвентаризации фактически проведенным инвентаризационным подсчетам и др.

Отчет о результатах проведения внутреннего контроля – документ произвольной формы. Данные Отчета – это обобщение системной работы по сплошной проверке результативности использования производственных запасов. В то же время важно понимать «пределы» использования такой информации.

Выводы. Результаты внутреннего контроля хозяйственной деятельности, позволяют обеспечить достоверной информацией менеджеров различных уровней управления на этапах принятия ими правильных решений оперативного управления. Более детальное изучение отдельных операций в процессе внутреннего аудита через обоснование фактических и потенциальных последствий, выявленных по результатам контроля, делает перспективность планирования ресурсного обеспечения, что в свою очередь улучшает не только показатели рационального использования ресурсов, но и реализации программ экономического расширения, социальной ответственности бизнеса и экологической безопасности его ведения.

Список литературы:

1. Запасы [Электронный ресурс]: Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9, утвержденный приказом МФУ от 20.10.99 г. № 246, с изм. и доп. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата обращения 20.04.2019).

2. Выявление и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения [Электронный ресурс]: Международный стандарт аудита 315. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207071/ (дата обращения 20.04.2019).

3. Использование работы внутренних аудиторов [Электронный ресурс]: Международный стандарт аудита 610. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/47812.html/> (дата обращения 20.04.2019).

Моисеева А.В., ассистент
Егоров П.В., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
anna.moiseyeva@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГИБКОСТИ И АДАПТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях экономической нестабильности способность оперативно реагировать и приспосабливаться к быстро изменяющейся экономической ситуации стала основополагающим фактором не только эффективности деятельности, но и выживания предприятия. Неопределенность оказывает влияние на производство и реализацию продукции, на финансовые результаты и финансово-экономическое состояние предприятия в целом. Исходя из вышесказанного, можно сказать, что проблема управления гибкостью и адаптивностью предприятия на сегодняшний день является актуальной, и от степени разграничения данных свойств зависит состояние не только отдельного предприятия, но и экономики государства в целом.

Проблемы формирования теоретических основ гибкости и адаптивности предприятия освещаются в научных трудах отечественных и зарубежных ученых: П.Н. Белянина [1], В.Н. Самочкина [2], Т. Хилла [3], Е.П. Истомина [4], В.И. Данилова-Данильяна [5], К. Андресена [6] и др. Изучение понятийного аппарата позволило сделать вывод, что научные разработки ученых по вопросам гибкости и адаптивности предприятия сосредоточены на отдельных аспектах, поэтому нуждаются в последующем научно-прикладном развитии.

Целью данного исследования является выявление общих и отличительных характеристик гибкости и адаптивности предприятия.

На данном этапе развития мировой экономики уровень знаний в сфере гибкости предприятия определяется локальными успехами в раскрытии её сущности, установлении форм проявления, определении критерий оценки. Несмотря на то, что в финансово-экономической литературе уделяется пристальное внимание к определению сущности гибкости предприятия, данное свойство до сих пор является малоизученным.

Так, ученый-экономист П.Н. Белянин [1] отмечает, что гибкость – это способность производственной системы автоматически или автоматизировано в кратчайшие сроки переходить к выпуску новой продукции произвольной номенклатуры, но которая должна находиться в рамках технических характеристик и технологий изготовления.

В отечественной экономической литературе В.Н. Самочкин [2] первый начал изучать теоретико-методологические аспекты гибкого развития предприятия в обобщенном виде. Автор определяет гибкость как способность предприятия планировать достижение необходимого результата, которая позволит ему без кардинальных преобразований основных производственных фондов реализовывать в кратчайшие сроки то количество изделий, на которых будет спрос на рынке и, в свою очередь, позволят ожидать прибыль, которая обеспечит выживание и развитие предприятия в будущем периоде.

Также весьма интересное определение гибкости дает зарубежный ученый Т. Хилл [3], который отмечает, что гибкость – способность производить большой ассортимент продукции согласно с потребностями клиентов, в кратчайшее время осваивать производство новой продукции, откликаться на сезонные изменения спроса.

С учетом результатов проведенного исследования и выявленной специфики понятия гибкости в научной литературе, сформировано собственное определение

понятия гибкости предприятия. Таким образом, гибкость предприятия представляет собой способность субъекта хозяйственной деятельности оптимизировать свою структуру в ответ на прогнозируемые изменения, на которые могут повлиять внешние и внутренние факторы, при этом обеспечивая максимальный уровень финансовых результатов и высокую конкурентоспособность, а также постоянно увеличивая свою рыночную стоимость.

В экономической литературе многие ученые часто отождествляют понятие гибкости и адаптивности, а ряд авторов не рассматривают данные понятия как синонимы. Поэтому целесообразно исследовать различные трактовки понятия адаптивности предприятия.

Несмотря на то, что в современной финансово-экономической литературе применяются разнообразные подходы к определению адаптивности, изучение данного вопроса с точки зрения экономики началось относительно недавно. Так как проблема изучения адаптивности предприятия находится на стадии становления, то следует уделить пристальное внимание изучению существующих подходов и дать авторское определение понятию адаптивности предприятия.

Рассмотрим более подробно различные подходы к определению сущности адаптивности, предложенные как отечественными, так и зарубежными экономистами.

Отечественные авторы, которые рассматривают адаптивность предприятия, являются Е.П. Истомина и А.Г. Соколова [4]. Ученые дают следующее определение: адаптивность – способность предприятия принимать адекватные действия в ответ на разнообразные воздействия факторов внутренней и внешней среды.

В.И. Данилов-Данильян [5] конкретизировал понятие адаптивности, и начал рассматривать ее как способность системы находить целенаправленное приспособляющееся поведение в сложных средах, а также сам процесс этого приспособления.

Зарубежный ученый К. Андресен [6] в своей работе определил адаптивность как способность системы эффективно адаптироваться при быстро меняющихся обстоятельствах.

Рассмотрев подробно различные трактовки сущности адаптивности предприятия, можно отметить, что под данной категорией следует понимать способность предприятия оперативно реагировать на изменения, которые произошли в данный момент времени под влиянием различных факторов макроуровня и микроуровня.

Предназначение гибкости состоит в повышении роли новых и специфических качеств управления предприятием, которые отчетливо реагируют на мобильность производственного процесса и способствуют организации производства, сориентированного на рыночный спрос и потребительские требования покупателей. Гибкость нацелена на адаптивное изменение предприятия в соответствии с прогнозируемыми внутренними и внешними изменениями, которые могут наступить в любой момент времени.

Адаптивность может проявляться в изменениях деятельности, как всего предприятия, так и его отдельных структурных подразделений. Исходя из системного характера деятельности предприятия любые перемены, протекающие в его структурных подразделениях, скажутся на эффективности функционировании предприятия в целом, а перемены в одном из элементов предприятия через имеющиеся связи в обязательном порядке окажут воздействие на деятельность других элементов, которые непосредственно связаны с ним.

Таким образом, проанализировав различные трактовки понятия гибкости и адаптивности предприятия, уместно выделить отличительные и общие характеристики данных понятий. Данные отличия и сходства представлены в таблице 1.

Отличительные и общие характеристики понятий гибкости и адаптивности предприятия

	Гибкость	Адаптивность
Общие характеристики	Гибкость и адаптивность рассматриваются как способности предприятия	
	Предполагают проявление реакции предприятия на изменение факторов внешней и внутренней среды	
Отличительные характеристики	Предполагает выявление множества вариантов перемен во внешней и внутренней среде, которые могут повлиять на деятельность предприятия в целом	Предполагает наступление одного из многочисленных вариантов перемен во внешней и внутренней среде
	Предприятие планирует свое дальнейшее действия на каждое прогнозируемое изменение внешних и внутренних факторов	Предприятие проявляет реакцию по факту наступления изменений внешних и внутренних факторов

Таким образом, можно сделать вывод, что гибкость предполагает прогноз предприятием всех возможных вариантов изменений, который могут произойти во внутренней и внешней среде в будущем периоде, а адаптивность предполагает проявление реакции предприятия вследствие наступления одного из возможных вариантов изменения внешней или внутренней среды. Следовательно, адаптивность является частью гибкости предприятия и, в свою очередь, можно утверждать, что адаптивность – это форма проявления гибкости предприятия.

Список литературы:

1. Белянин, П. Н. Гибкие производственные системы / П. Н. Белянин, М. Ф. Издон, А. С. Жогин. – М.: Машиностроение, 1998. – 256 с.
2. Самочкин, В.Н. Гибкое развитие предприятия: анализ и планирование / В. Н. Самочкин. – М.: Дело, 1999. – 333 с.
3. Hill, T. Operations management / T. Hill. – New York: Palgrave Macmillan, 2005. – 832 p.
4. Истомин, Е.П. Теория организации: учебник / Е.П. Истомин, А.Г. Соколов. – СПб. ООО «Андреевский издательский дом», 2009. — 314 с.
5. Экономико-математический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.И. Данилов-Данильян. – М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. – 688 с.
6. Andresen K. Design and Use Patterns of Adaptability in Enterprise Systems / K. Andresen. – Berlin: Gito, 2006. – P. 52-59.

Мойсина В.В., студентка
Щетинская Я.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
valeriya.moysina.98@mail.ru

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ «ЛУКОЙЛ»

На сегодняшний день в условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности [1].

Исследованию вопроса изучения направлений повышения конкурентоспособности предприятий посвящены труды таких ученых, как М.Ш. Габимова, Е.О. Савич, О.В. Крылова и др.

Цель исследования заключается в определении направлений повышения конкурентоспособности ПАО «Лукойл».

Объектом исследования является ПАО «Лукойл», предметом является выявление путей направления повышения конкурентоспособности предприятия «Лукойл».

Существуют различные подходы к определению направлений повышения конкурентоспособности предприятий. Рассмотрим сравнительный анализ предложенных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий, выдвинутые различными авторами, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Направления повышения конкурентоспособности предприятий

Автор	Предложенные направления повышения конкурентоспособности
Габимова М.Ш.	1. Постоянное использование нововведений. 2. Анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон. 3. Поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции [1].
Савич Е.О	1. Обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции в целевых секциях рынка; 2. Изготовление продукта такого качества, которое отвечает отечественным и мировым стандартам; 3. Проведение постоянного обучения и повышения квалификации кадров [2].
Крылова О.В.	1. Улучшение качественных свойств товара; 2. Уменьшение производственных издержек; 3. Стимулирование рекламной деятельности [3].

Стратегической целью ПАО «Лукойл» является создание нефтегазовой компании – мирового лидера, обеспечение надежных поставок нефтепродуктов, а также других видов топлива и сырья на мировой и внутренний рынки, долгосрочный рост стоимости компании. Также важнейшей целью ПАО «Лукойл» является обеспечение полного и оперативного контроля при сдаче и приемке нефтепродуктов в транспортные системы «Транснефть» и РЖД, организовать надлежащий прием, хранение и реализацию на нефтебазах и АЗС ЛУКОЙЛа.

Внутренние конкурентные преимущества, определяющие рыночные позиции хозяйствующего субъекта, предлагается сгруппировать по семи наиболее значимым аспектам:

- производственно-хозяйственная деятельность предприятия;
- финансовое состояние предприятия;
- рентабельность производства, рентабельность продаж;
- конкурентоспособность изделия;
- имидж предприятия.

Также необходимо отдельно выделить систему управления персоналом. При не эффективной системе управления персоналом, как следствие, возникает такая проблема, как текучесть кадров.

Текучесть кадров – одна из ключевых и болезненных проблем для любой современной организации. В современных условиях бизнес более чем когда бы то ни было, зависит от привлечения, удержания и эффективности использования все более дефицитного ресурса – квалифицированных кадров. При этом конкурентоспособность человеческих ресурсов динамична, поскольку на нее влияет много факторов. Постоянные изменения законодательства, конъюнктуры рынка, жесткая конкуренция, стремительно растущие требования клиентов оказывают большое влияние на профессиональные предпочтения в труде. Для наглядности рассмотрим данные о текучести кадров в ПАО «Лукойл», представленные в таблице 2.

В реальных условиях предприятие имеет множество проблем управления персоналом, устранение которых приведет к повышению эффективности деятельности организации, так как именно от деятельности и функционирования персонала организации зависит место организации в обществе. Следовательно, необходимо выделить проблемы управления персоналом в ПАО «Лукойл».

Таблица 2

Текучесть кадров, %			
	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Всего по Группе «ЛУКОЙЛ», в том числе:	7,4	7,2	6,7
российские организации Группы «ЛУКОЙЛ»	6,6	5,9	5,6
Зарубежные организации Группы «ЛУКОЙЛ»	10,9	12,8	11,6

Основная причина текучести кадров – демотивация сотрудников.

По данным исследования, проведенного в Гарварде в 2009 г., один из главных мотиваторов для работников – это постепенный профессиональный прогресс, улучшение навыков, расширение знаний. Тренинги, обучающие программы – вот способы достижения этого роста. К предложенным мероприятиям также можно отнести автоматизацию части задач сотрудников. Вследствие этого мероприятия ожидается, что текучесть кадров снизится с 6,7% до 4,7%.

При внедрении предложенных мероприятий по улучшению стимулирования труда целесообразно будет рассчитать экономический эффект (ЭТ) по сокращению текучести персонала, который определяется по формуле:

$$Эт = \sum_{i=1}^n P * (1 - \frac{K2}{K1}), \quad (1)$$

где P – потери, причиняемые текучестью за год, млн. руб.;

K1 и K2 – фактический и ожидаемый коэффициенты текучести, %.

$$Эт = 176\,705 * \left(1 - \frac{4,7}{6,7}\right) = 52\,834,795 \text{ млн. руб.}$$

Таким образом, экономический эффект снижения текучести персонала от предложенного нами мероприятия, а именно автоматизации части задач сотрудников, а также внедрения постоянных тренингов и обучающих программ, которые ведут к профессиональному прогрессу, уменьшился бы с 6,7% до 4,7% и составил бы 52 834,795 млн. руб. Это означает, что в своей перспективе ПАО «Лукойл» сможет повысить свою производительность, уменьшить затраты на подбор новых сотрудников, в случае увольнения нынешних.

В целом, можно сказать, что эффективная реализация конкурентоспособных товаров – обобщающий показатель жизнестойкости ПАО «Лукойл», его умение эффективно использовать свой производственный, научно – технический, трудовой и финансовый потенциал.

Список литературы:

1. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / М. Ш. Габибова // Международная научная конференция «Актуальные вопросы экономики и управления. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/8220/> (дата обращения: 29.03.2019).

2. Савич, Е. О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Е. О. Савич // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/86477.htm> (дата обращения 30.03.2019).

3. Крылова, О. В. Пути и способы повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / О. С. Железовская, А. В. Полякова, В.А. Степаненко, О. В. Крылова // Международный научный журнал «Символ науки» №3/2016 г. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/puti-i-sposoby-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya> (дата обращения 26.03.2019).

Мышляева А.В., студентка

Бычкова О.В., к.э.н, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

don_an993@mail.ru

ФИНАНСИРОВАНИЕ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ДНР И ДРУГИХ СТРАН

Постановка проблемы. Для экономического успеха республики обязательным является тесная связь между такими сферами как образование, наука, производство и бизнес. Именно он является фундаментом развития промышленности, торговли, финансов, рыночных сетей, технических и культурных инноваций. Предметом исследования выступают финансовые отношения, возникающие в процессе формирования и использования финансовых ресурсов учебных заведений в Донецкой Народной Республике.

Анализ последних исследований и публикаций. Значение финансирования учебных заведений для нашей республики трудно переоценить. Финансирование образования – это капиталовложения со стороны республики в будущее население. В условиях экономического кризиса, финансирование образования и науки в полномасштабном объеме кажется невозможным. Несмотря на это, проблема

объективного определения объемов финансирования остается актуальной, поскольку нормативный метод финансирования образования создает предпосылки для рационального использования средств государственного бюджета и качества подготовки специалистов на уровне требований образовательного стандарта [1, с.75-84]. По этой причине, финансированию учебных заведений посвящено множество научных публикаций. Исследованием этого вопроса занимались такие отечественные ученые, как: А. Бойко, В. Г. Борисенко, С. А. Черепанова, Ю. Б. Шаповал, А. Ю. Боголиб, Я. Г. Бучковская, А. В. Величко, А. Демьянчук и др. Среди зарубежных авторов следует выделить работы М. Лукашенко, В. Марцинкевича, Я. Нейматова, Г. Хога. Оценивая результаты исследований ученых в этом направлении, можно сделать вывод о необходимости дальнейшего исследования проблемных вопросов финансового обеспечения учреждений образования с учетом различных источников финансирования и зарубежного опыта.

Целью данной работы является анализ финансирования образования в ДНР и других странах мира; обоснование механизмов, связанных с источниками и распределением финансовых ресурсов для обеспечения качественного и доступного образования всех желающих.

Изложение основного материала исследования. С целью понимания тенденций функционирования и масштабов финансирования необходимо определиться с самим объектом. Образование – общественное явление, которое влияет на все сферы экономической жизни общества и является весомым элементом на пути достижения высоких темпов обучения подрастающего поколения, его воспитания и подготовки кадров. Согласно Закону ДНР № 55-ИНС «Об образовании», республика обязуется обеспечивать бюджетные ассигнования на образование [2]. Чем выше ценность образовательного капитала, тем больше экономический выигрыш общества. По оценкам российских экспертов Е. С. Гвоздева, Г. Д. Штерцера, рост человеческого капитала на 1% приводит к ускорению темпов роста ВВП в расчете на одного человека на 1-3%, а увеличение обучение рабочей силы на один год дает дополнительный рост ВВП на 3% [3, с.90].

К факторам, которые определяют особенности финансирования учебных заведений, следует отнести такие, как: организационно-правовая форма управления и форма собственности, уровень ВВП, размеры доходов, налоговое законодательство, способ формирования бюджета, объемы государственного заказа на подготовку специалистов, тип и уровень аккредитации вузов, спрос на образовательные услуги, объемы спонсорской помощи, уровень конкурентоспособности вузов [4, с.133].

Расходы на образование осуществляются за счет республиканского бюджета.

Однако выделенных средств на отрасль не хватает для достижения ее главной цели в сфере образования – создание условий для реализации права граждан на получение качественного полного общего образования. Вследствие невыполнения обязательств по финансовому обеспечению учреждения образовательной сферы вынуждены работать по принципам минимальной достаточности и многоканального финансирования образования (включая внебюджетные источники), опираясь при этом на поддержку местных органов власти, благотворительных взносов юридических и физических лиц. Преодоление кризиса в финансировании учебных заведений значительно облегчится в случае создания благоприятной законодательной атмосферы, которая помогала системе образования не только выживать, но и развиваться.

С целью решения проблемы деятельности учреждений образования во многих отраслевых нормативно-правовых актах отражаются нормы, посвященные финансированию бюджетных учреждений, в частности, Закон «О республиканских

программах» и «Порядок разработки и реализации республиканских программ Донецкой Народной Республики» [5].

Он используется как инструмент осуществления социально-экономической политики развития республики и его отдельных территорий наряду с методами прогнозирования и индикативного планирования. Целью внедрения программно-целевого метода является установление непосредственной связи между выделенными бюджетными средствами и результатами их использования [6].

Согласно Закону ДНР «Об образовании», для финансирования высших учебных заведений могут привлекаться дополнительные источники финансирования, не запрещенные законодательством. Установлено, что обучение студента может финансироваться как минимум из трех источников: муниципального бюджета, юридическими лицами негосударственной формы собственности, физическими лицами [2, с.193].

Основные источники финансирования развития образования могут дополняться источниками, отнесенными к категории дополнительных. Среди них следует назвать следующие:

- средства, полученные за обучение, подготовку, повышение квалификации и переподготовку кадров согласно заключенным договорам;
- плата за предоставление дополнительных образовательных услуг;
- доходы от реализации продукции учебно-производственных мастерских, предприятий, цехов и хозяйств, от предоставления в аренду помещений, сооружений, оборудования;
- добровольные денежные взносы, материальные ценности, полученные от предприятий, учреждений, организаций, отдельных граждан;
- другие средства.

В случае получения средств из других источников бюджетные ассигнования учебно-воспитательных заведений, учреждений и мероприятий системы образования не уменьшаются. Бюджетные ассигнования на образование и внебюджетные средства не подлежат изъятию.

В разных странах мира финансирования имеет свою стратегическую направленность и свои принципы и модели финансирования. Практически во всех странах ЕС (за исключением Болгарии, Кипра, Литвы, Латвии) финансирование университетов происходит по схеме однократного гранта (blockgrant). В ДНР все источники финансирования системы образования разделены на два основных фонда: государственный бюджет и специальный фонд (внебюджетные источники). Ограниченность объемов бюджетного финансирования предопределяет необходимость формирования специального фонда, в котором аккумулируются средства за предоставленные высшим учебным заведением платные услуги.

Общеизвестно, что развитые страны не экономят на образовании. Они ежегодно кардинально увеличивают расходы на образование из государственного бюджета, обеспечивая таким образом свое будущее развитие. Достаточно привести такие примеры: США тратят на образование 16%, Германия – 12%, Франция – 16%, Финляндия – 7,2% от годового объема ВВП. Япония, претендующая на мировое лидерство, объявила о готовности перехода к обязательной высшего образования. Участие частных фондов в финансировании системы образования не превышает 6% [1, с. 75-84].

Среди проблем, характеризующих сегодняшнюю ситуацию в сфере образования, следует отметить низкую эффективность использования бюджетных расходов на образование, коррумпированность, формальность образования (недостаточность признания выпускников с дипломами младшего специалиста и бакалавра на рынке

труда), отток квалифицированных работников образования из-за низкого уровня оплаты их труда

Выводы. Обобщая все вышеизложенное можно сделать вывод, что программа реформирования образования, прежде всего ее надлежащего финансирования, должна происходить с учетом экономических реалий в ДНР и зарубежного опыта. Любые изменения в системе образования невозможны без надлежащего финансового обеспечения, а изученный опыт как командно-административных, так и рыночных систем хозяйствования, подтверждает, что именно бюджет является их доминирующим источником, наполнение которого будет происходить при условии возрождения реального сектора экономики.

Для повышения эффективности использования финансовых ресурсов учреждений образования нужно проводить взвешенную кадровую политику, расширять перечень платных услуг, предоставить автономию учебным заведениям.

Список литературы:

1. Величко, А. В. Вопросы бюджетного финансирования учебных заведений / А. В. Величко, И. В. Калько // Образование Донбасса. – 2007. – № 5. – С. 75-84.
2. Закон ДНР «Об образовании» от 19.06.2015 г. № 55-ІНС // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-obrazovanii/> (дата обращения 09.04.2019).
3. Денисюк, В. А. Направления развития венчурного финансирования в странах ЕС и актуальность их использования в Украине: Инновационно-инвестиционная деятельность / В. А. Денисюк // Проблемы науки. – 2006. – № 11. – С. 9-20.
4. Шумар, Н. Л. Научные основы построения эффективного механизма бюджетного финансирования образования / Н. А. Шумар // Государство и регионы. – 2007. – № 5. – С. 133-137.
5. Закон № 80-ІНС от 02.10.2015г. «О республиканских программах» и «Порядок разработки и реализации республиканских программ Донецкой Народной Республики».
6. Программно-целевой метод в государственной экономической политике // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=6559 (дата обращения 09.04.2019).

Наборщикова Е.Г., студент
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
lenan06@yandex.ru

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ КАК ФУНДАМЕНТ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Актуальность темы определяется тем, что предпосылки конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия в современной рыночной среде закладываются на этапе формирования затрат. Это обуславливает необходимость использования адекватных условиям рынка инструментов управления затратами. Последовательность и системность их применения напрямую зависит от того, насколько регламентированы правила, в соответствии с которыми осуществляются управляющие воздействия на затраты. Поскольку закрепление указанных правил

находит отражение в политике управления затратами, то проблема её совершенствования представляет собой актуальную научную задачу.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам оценки действенности системы управления затратами и её оптимизации посвящены научные разработки О.Б. Гульцева, М.С. Кувшинов, Н.В. Киреева, И.В. Руденко Т.Н. Сысо, С.Б. Сулоева и др. Вместе с тем, многогранность проблем управления затратами, недостаточное освещение вопросов формирования и совершенствования его политики требует дальнейших углублённых исследований в этой сфере, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Целью исследования является определение современного содержания политики управления затратами, систематизация и развитие подходов к оценке её эффективности, практическая реализация аналитических технологий как основы формирования положений эффективной политики управления затратами.

Результаты исследования. Для понимания содержания политики управления затратами и её совершенствования необходимо, в первую очередь, исследовать экономическую сущность понятия «затраты», выделить отличие от таких дефиниций как «расходы», «издержки», а также проанализировать их трактовку в экономической литературе и нормативных документах.

По мнению специалистов, правильное представление значений перечисленных выше экономических понятий является актуальной проблемой при организации управления затратами на предприятии, так как неправильное толкование может существенно исказить их экономический смысл [1].

Вопросу развития теории и методологии управления затратами посвящено много научных работ. Отечественные и зарубежные авторы в своих трудах используют понятие «управление затратами», однако точного и однозначного определения данного понятия не существует, оно является предметом научной дискуссии.

Проведенный литературный обзор подходов к определению современного содержания управления затратами позволил сформировать собственный взгляд на сущностную природу данной категории. По нашему мнению, управление затратами – это целенаправленный непрерывный процесс управленческих воздействий на затраты предприятия, направленный на эффективное и рациональное использование ресурсов предприятия в процессе производственно-хозяйственной деятельности. Он осуществляется посредством реализации функций планирования, учета, контроля, анализа и регулирования.

Для эффективной реализации политики управления затратами основные её положения (классификация затрат, метод учета затрат, порядок распределения накладных расходов, организация бюджетирования) должны найти отражение в соответствующем разделе Приказа об учетной политике либо Положения об управленческом учёте.

Неотъемлемым этапом управления затратами предприятия и совершенствования его политики выступает оценка действующей системы. Выделяют значительное количество показателей эффективности управления затратами, среди которых: валовая рентабельность производственных затрат, рентабельность операционных расходов, коэффициенты окупаемости производственных затрат, административных расходов, расходов на сбыт и т.п.

Если значения различных единичных показателей приобретают противоположное значение на конкретный момент времени, то для принятия оперативного решения необходимо иметь обобщенное значение эффективности управления затратами, которое может быть представлено в виде следующей модели:

$$E_{yv} = P_{rp} \times P_S \times P_p \times P_{zp} \times P_{yp} \times P_{Vv}, \quad (1)$$

где P_{rp} – доля реализованной продукции в стоимости произведенной продукции;
 P_S – коэффициент покрытия себестоимости продукции;
 P_p – производительность труда;
 P_{zp} – удельный вес расходов на оплату труда рабочих в производительных расходах на производство продукции;
 P_{vp} – удельный вес производительных расходов на производство продукции в общей величине расходов на производство продукции;
 P_{Vv} – удельный вес общих расходов на производство продукции в общей величине расходов предприятия.

Если $E_{yv} \geq (1 + \frac{R_{PS}}{100})$, то эффективность управления затратами предприятия можно считать удовлетворительной. Чем больше значение E_{yv} , тем выше эффективность управления затратами предприятия.

Если же $E_{yv} < (1 + \frac{R_{PS}}{100})$, то предприятию необходимо разрабатывать и реализовывать мероприятия по повышению эффективности управления расходами.

Значение показателя R_{PS} устанавливается на уровне плановой рентабельности предприятия или её среднеотраслевого значения [2].

Для оптимизации и рационализации политики управления затратами предприятия могут применять различные методы диагностики результатов деятельности: сравнение затрат (построение диаграмм Бенчмаркинг), применение Закона Вильфредо Парето, ABC-метод учета, анализа и оптимизации затрат по процессам. Их выбор обусловлен, в первую очередь, целями управления и наличием условий для применения.

Произведем анализ эффективности политики управления затратами, согласно вышеописанной модели, на примере коммунального предприятия «Дорожное ремонтно-строительное управление». Для расчётной части используем данные отчетности предприятия за 2016-2017 годы.

Составим расчетную таблицу факторов модели (табл. 1).

На основе полученных данных рассчитаем комплексный показатель E_{yv} для 2016 и 2017 года соответственно.

$$E_{2016} = 0,992 \times 1,09 \times 6,56 \times 0,161 \times 0,86 \times 0,89 = 0,874$$

$$E_{2017} = 0,993 \times 1,02 \times 6,84 \times 0,159 \times 0,86 \times 0,88 = 0,833$$

Сравним полученные показатели с $(1 + \frac{R_{PS}}{100})$. Для данного предприятия рентабельность на 2016 год составила 1,686%, для 2017 года рентабельность предприятия равнялась 0,79%

Неравенство для 2016 года:

$$0,874 < 1,0168$$

Неравенство для 2017 года:

$$0,833 < 0,99$$

Полученные неравенства говорят о том, что политика управления затратами на КП «Дорожное ремонтно-строительное управление» неудовлетворительна как в 2016, так и в 2017 году. Предприятию следует провести анализ деятельности и разработать ряд мероприятий по рационализации и повышению эффективности затрат.

Расчетная таблица факторов модели оценки эффективности политики управления затратами

п/п	Формула расчёта фактора	2016		2017	
		Расчет	Показатель	Расчет	Показатель
	2	3	4	5	6
.	$P_{rp} = \frac{D_v}{O_v}$	$\frac{654486}{654491}$	0,993	$\frac{744939}{744944}$	0,993
.	$P_s = \frac{O_v}{O_s}$	$\frac{654491}{601884}$	1,09	$\frac{744944}{729478}$	1,02
.	$P_p = \frac{O_s}{Z_{vr}}$	$\frac{601884}{91727,5}$	6,56	$\frac{729478}{106602,9}$	6,84
.	$P_{zp} = \frac{Z_{vr}}{V_{pv}}$	$\frac{91727,5}{568627,7}$	0,161	$\frac{106602,9}{666532}$	0,159
.	$P_{yp} = \frac{V_{pv}}{V_{pr}}$	$\frac{568627}{660818}$	0,86	$\frac{666532}{773960}$	0,86
.	$P_{Vv} = \frac{V_{pr}}{V_{zp}}$	$\frac{660818}{739521}$	0,89	$\frac{773960}{873120}$	0,88

Выводы. Управление затратами – это целенаправленный непрерывный процесс управленческих воздействий на затраты предприятия, направленный на эффективное и рациональное использование ресурсов предприятия в процессе производственно-хозяйственной деятельности. Он осуществляется посредством реализации функций планирования, учета, контроля, анализа и регулирования.

Политика управления затратами на предприятии позволяет организованно и целенаправленно осуществлять политику снижения себестоимости, рационального инвестирования денежных средств, координировать действия персонала, вовлечённого в производственный процесс, тем самым достигая поставленных целей.

Список литературы:

1. Иневатова, О.А. Затраты на производство: сущность понятия и его отличительные особенности / О.А. Иневатова, В.Р. Шилова // Молодой ученый. – 2016. – №30. – С. 205-208.
2. Якупов, И. Ф. Основные принципы и методы управления затратами на производство продукции / И.Ф. Якупов // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 131-134.

Никитина А.Д., студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
 ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
 ybrbnbyf2000.18.5@gmail.com

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях неопределенности и риска предприятия разных форм собственности заинтересованы в

эффективном использовании финансовых ресурсов, задействованных в цикле кругооборота капитала. Оборотный капитал формирует существенную часть всех активов предприятия и призван обеспечить непрерывность хозяйственной деятельности. Состав и структура оборотных средств, источники их формирования и эффективность использования во многом определяют финансовую стабильность предприятия. В этой связи оценка эффективности управления оборотным капиталом, направленного на поддержание оптимальности его структуры и объема, рациональности его использования, выступает действенным инструментом сохранения финансовой устойчивости, что подчеркивает актуальность выбранной темы.

Анализ последних публикаций и исследований. Проблемам управления оборотным капиталом посвящены работы классиков экономической теории (К. Маркса, Дж. Ст. Милля, А. Смита) и современных ученых, среди которых: И.Т. Балабанова, И.А. Бланк, В.В. Ковалев, Н.В. Колчина и др. Вместе с тем, многогранность проблем управления оборотным капиталом, недостаточное освещение вопросов формирования и совершенствования его политики требует дальнейших углублённых исследований в этой сфере, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Целью данной работы является определение основных проблем управления оборотным капиталом на основе оценки его эффективности.

Результаты работы. Оборотный капитал выполняет специфическую функцию обеспечения процесса производства. В современной нестабильной экономике происходят постоянные преобразования, что приводит к тому, что управление оборотным капиталом практически не производится. На состояние оборотного капитала влияет множество внешних факторов, которые сложно предугадать. Недостаток оборотного капитала приводит к распространению бартерных сделок, росту дебиторской и кредиторской задолженности, угрозе банкротства [3, с.156]. Решение этих проблем, является ключевым для эффективного развития предприятия. Чтобы избежать банкротства нужно правильно нормировать оборотные средства. Завышение данного показателя приведёт к снижению возможностей предприятия производить капитальные затраты и расширять производство, а занижение приводит к неустойчивому финансовому положению и перебоям в производстве, что значит снижения объёмов производства и соответственно прибыли.

Проведем анализ эффективности использования оборотных средств ПАО «Магнит», отправной точкой которого выступает исследование динамики величины (табл. 1) и структуры оборотных средств (рис. 2).

На основе данных табл. 1, можно сделать вывод, что за рассмотренный период произошел рост всех видов оборотных активов. Прирост оборотных активов составляет 25,62%, а это значит, что предприятие увеличивает объёмы производства и повышает свою финансовую активность. Максимальный прирост в 2017 г. по сравнению с 2016 г. отмечается по такой статье оборотных активов как налог на прибыль к возмещению. Его показатель увеличился в 5,07 раза или на 406,81%. Минимальный прирост отмечается у выданных авансов в 2017г. по сравнению с 2016г. в 1,01 раза (0,9%).

При анализе оборотных средств следует учитывать и рост дебиторской задолженности. Данный показатель вырос в 1,75 раза (74,55%), однако это не значительно повлияло на денежные средства, поскольку их величина также возросла – в 1,17 раза или на 16,61%, что говорит об улучшении деятельности предприятия в области управления дебиторской задолженности.

Таблица 1

Динамика изменения оборотных средств организации ПАО «Магнит» за 2016-2017 гг., тыс. долларов США

Оборотные активы	2016г.	2017г.	В % к итогу 2017 г.	Темпы прироста, %
Запасы	2 224 242	2 816 041	85,58	26,61
Торговая и прочая дебиторская задолженность	13 916	24 291	0,74	74,55
Авансы выданные	85 864	86 639	2,63	0,90
Налоги к возмещению	7 383	10 387	0,32	40,69
Расходы будущих периодов	7 565	11 119	0,34	46,98
Краткосрочные финансовые активы	3 559	3 738	0,11	5,03
Налог на прибыль к возмещению	3 952	20 029	0,61	406,81
Денежные средства и их эквиваленты	272 999	318 357	9,67	16,61
Итого	2 619 480	3 290 601	100	25,62

Обеспечение рационального использования оборотных средств осуществляется на основе анализа коэффициентов загрузки оборотных средств и их оборачиваемости. Ускорение оборачиваемости положительно влияет на деятельность предприятия, поскольку позволяет не только высвободить оборотные средства предприятия из оборота, но и вовлечь дополнительные, что повлечет за собой рост объёмов производства, а также сократит время между инвестированием и отдачей вложенного капитала.

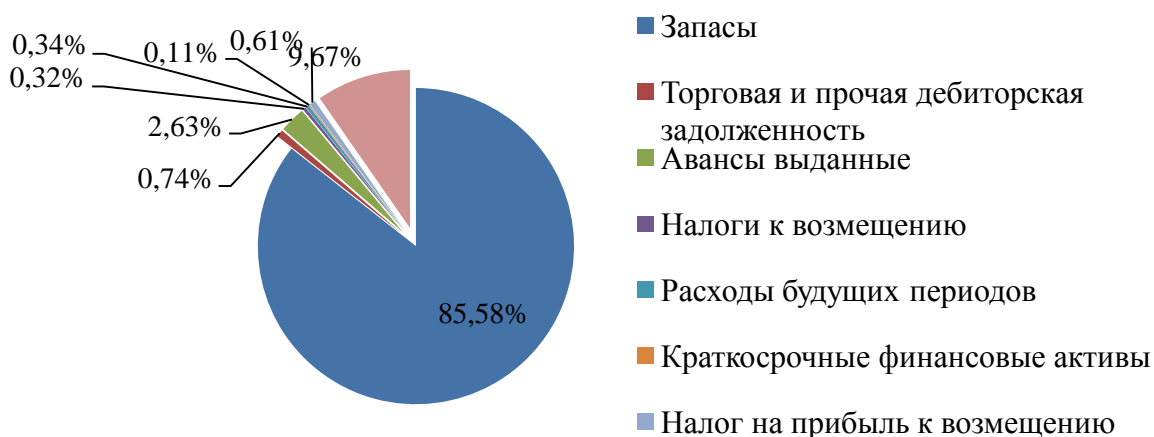


Рис. 2. Структура оборотных средств ПАО «Магнит» в 2017 г.

Достичь ускорения оборотных средств помогают такие действия как совершенствование технологических процессов, сокращение брака продукции, отходов и времени обработки документации, выработки стимулов повышения производительности труда. Величина, которая показывает эффективность оборотных средств, а именно число полных оборотов за определенный период времени, называется коэффициентом оборачиваемости оборотных средств. Рассчитывается данный показатель отношением годовой выручки от реализации готовой продукции к средней величине оборотных средств предприятия за год. Однако одним показателем

невозможно полностью проанализировать эффективность оборотных средств. Для более детального анализа рассчитывают показатель, характеризующий количество дней, необходимых для одного полного оборота. Данный показатель называется длительностью оборота оборотных средств и рассчитывается как отношение количества календарных дней в анализируемом периоде к коэффициенту оборачиваемости оборотных средств [1, с.109].

Полученные коэффициенты систематизируем в таблице 2.

Таблица 2

Динамика показателей оборачиваемости оборотных средств
ПАО «Магнит» в 2016-2017 гг.

Показатель	2016 г.	2017 г.
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	6,12	5,95
Длительность оборота оборотных средств, дней	58,82	60,5

На основе показателей табл. 2 можно заметить рост длительности оборота оборотных средств на 1,68 дня. Это отрицательно характеризует деятельность предприятия, поскольку количество дней, за которое вложенные оборотные активы снова примут денежную форму, увеличилось. Уменьшение коэффициента оборачиваемости оборотных средств ПАО «Магнит» с 6,12 (в 2016 г.) до 5,95 (в 2017 г.) подтверждает снижение эффективности управления оборотным капиталом.

Вывод. Управление оборотным капиталом является одной из главных задач любого предприятия, поскольку от рационального и экономного использования оборотных средств зависит его эффективность и объем прибыли. Проблемы, возникающие при управлении оборотным капиталом, требуют быстрого и качественного решения, фундаментом которого выступает расчет показателей оборачиваемости и нормирование оборотных средств.

Список литературы:

1. Елизаров, Ю. Экономика организации (предприятия). Изд. 3-е.: Учебник для ВУЗов / Ю. Елизаров. – Москва: Экзамен, 2008. – 109 с.
2. Качанов, О. Увеличение оборотных средств: простая формальность или условие выживания / О. Качанов, В. Мешалкин // Экономическая газета. – 2001. – № 4. – С.10.
3. Орехов, С. А. Управление основным капиталом предприятия / С. А. Орехов // Молодежь и наука. – № 4. – 2016. – С. 156.

Осифов А.Ю., студент

Романинец Р.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»

osifov98@gmail.com, romanines@ukr.net

ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ КРИЗИСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Актуальность. Актуальным вопросом в управлении предприятием является выявление кризисных явлений на ранней стадии и методы их преодоления. Ввиду тяжелых общеэкономических условий в нашей республике на современном этапе

развития, вызванных, помимо всего прочего, негативным влиянием мирового финансового кризиса, достаточно большая часть отечественных предприятий имеют проблемы с платежеспособностью, некоторые из них стоят на грани банкротства, а значительное количество уже обанкротилось. Поэтому именно сегодня растет актуальность исследования диагностики финансового кризиса на предприятии.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам диагностики финансового кризиса на предприятии посвящен ряд трудов как зарубежных, так и отечественных ученых-экономистов, в частности Э. Альтмана, Т. Таффлера, И. Романа, В. Бивера, И. Георгица, Я. Вишняковой, Э. Короткова, Г. Иванова, Л. Лигоненко, В. Василенко и Е. Стояновой.

Цель исследования. Целью работы является изучение проблемы возникновения кризиса на предприятии, диагностики причин и рассмотрение эффективных путей выхода предприятия из кризисных ситуаций.

Результаты исследования. Возникновение финансовых кризисов на предприятии зависит от ряда причин, которые подразделяют на макроэкономические и микроэкономические.

Макроэкономические причины выражаются в колебании экономических показателей в стране и в условиях мирового рынка. К таким причинам можно отнести: рост инфляции; нестабильность налоговой системы; нестабильность регулирующего законодательства; снижение уровня реальных доходов населения; рост безработицы; стихийные бедствия; нестабильность валютного рынка; политическая нестабильность [2, с.124].

Микроэкономические причины возникают непосредственно на самом предприятии и связаны с неправильно разработанной и используемой стратегией развития, ошибками в финансовом планировании предприятия, некорректной работой финансово-экономической службы. Такими причинами являются: неэффективный финансовый менеджмент; отсутствие гибкости в управлении; низкая конкурентоспособность; неисполнение обязанностей работников финансово-экономического отдела или бухгалтерии; недостаточно качественная система бухгалтерского учета и отчетности; неумение управлять рисками.

Проведение подробной диагностики финансовых кризисов на предприятии требуется ежегодно. Необходимо также отслеживать возникновения потенциальных проблем в связи с резкими изменениями в структуре предприятия или в организации процесса производства.

Диагностика финансовых кризисов на предприятии должна включать:

- анализ эффективности распределения финансовых ресурсов предприятия, управления производством и реализацией производимой продукции;
- анализ конкурентоспособности, позволяющий определить преимущества и недостатки в управлении предприятием и перспективы его дальнейшего развития;
- анализ уровня цен и издержек производства.

Сигналом к проведению незапланированной диагностики может служить дефицит денежных ресурсов в бюджете предприятия. Диагностика позволяет быстрее и с меньшими потерями осуществить антикризисное вмешательство.

Выявление конкретной причины финансового кризиса на предприятии, требует комплексного анализа внешних и внутренних факторов [1, с.68].

Часто предприятия находятся в ситуации, когда невозможно обнаружить причины возникновения финансовых кризисов. Предотвращение финансового кризиса возможно при своевременном выявлении и устранении причины финансовой неустойчивости предприятия.

Преодоление финансового кризиса предприятия, является сложной задачей, в российских условиях сложность ее повышается благодаря общеэкономической нестабильности.

На практике существует два варианта выхода из кризиса: ликвидация предприятия или продолжение работы предприятия после успешного преодоления кризиса.

Самыми распространенными и эффективными способами борьбы с возникшим финансовым кризисом на предприятии являются: изменение статьи затрат; осуществление контроля над движением денежных ресурсов; отказ от деятельности, не приносящей дохода; использование предприятием средств резервного фонда; уменьшение административных затрат.

Эффективным способом выхода из кризиса послужит, создание специальной группы специалистов. Эти люди должны собрать всю необходимую информацию, провести ее комплексный анализ и разработать план антикризисных мероприятий. В зависимости от причин и степени финансового кризиса финансовое оздоровление может предусматривать различные мероприятия, вплоть до продажи или ликвидации бизнеса [3, с.99].

Выделяют два наиболее распространенных вида тактики, позволяющих преодолеть кризисную ситуацию: защитная и наступательная.

Защитная тактика направлена на проведение мероприятий по сокращению расходов, связанных с деятельностью предприятия и, следовательно, ведет к сокращению производства. Защитная тактика предприятия ограничивается, как правило, применением соответствующих оперативных (тактических) мероприятий.

Такая тактика применяется, как правило, при очень неблагоприятном стечении внешних для предприятия обстоятельств. Отрицательной стороной данной тактики является не возможность применения на большинстве предприятий. Наступательная тактика характеризуется применением не только оперативных, но и стратегических мер. Предприятие изменяет свою стратегию: происходит смена или укрепление руководства, осуществляется комплексный анализ и оценка ситуации, утверждаются основные принципы деятельности предприятия, ориентирование на укрепление своих позиций на существующих и завоевание новых сегментов рынка. Разрабатываются финансовая, маркетинговая, техническая и инвестиционная программы, которые позволяют предприятию выйти из кризисного состояния.

Для благополучного устранения финансового кризиса на предприятии и его последствий, составляется бизнес-план. Бизнес-план позволяет провести анализ процессов изменения предприятия, уточняются цели и задачи, мероприятия по преодолению кризисной ситуации, пути предотвращения банкротства.

Бизнес-план помогает предприятию решить несколько важнейших задач. Первая задача, заключается в обосновании правильности выбора цели, связанной с производством, или тех изменений в этом производстве, которые позволят предприятию не только выйти из кризисной ситуации, но и достичь стабильного места на рынке и рентабельной работы предприятия. Вторая задача – создание проекта выхода предприятия из кризиса, для привлечения инвесторов.

Научная литература, в сфере экономического управления, выделяет основные методы преодоления финансового кризиса в организации [4, с.48]:

- сокращение затрат – осуществление контроля за целевым расходованием денежных средств, анализ и минимизация затрат по статьям бухгалтерского баланса, классификация затрат по степени зависимости от объемов производства;

- привлечение денежных средств на предприятие – поиск новых источников финансирования деятельности предприятия, продажа и сдача в аренду активов,

оптимизация продаж, изменение кредитной политики для осуществления маневрирования денежными ресурсами;

- проведение реструктуризации кредиторской задолженности – это процесс подготовки и заключения сделок между предприятием и его кредиторами. Основной целью проведения реструктуризации является получение льгот со стороны кредиторов, выражающихся в сокращении общей суммы задолженности, освобождении от уплаты процентов, сокращении процентной ставки, отсрочки платежа;

- определение стратегии развития – выявление приоритетных направлений деятельности предприятия;

- проведение реорганизации или реструктуризации предприятия – это совокупность мероприятий, затрагивающих основные направления деятельности. Данные изменения не всегда затрагивают структуру предприятия, но они должны быть настолько существенными, чтобы предприятие смогло выстоять в условиях нестабильной рыночной экономики и приносить доход от своей деятельности.

Выводы. В целях успешного разрешения финансового кризиса, своевременного вмешательства в его развитие и ликвидации причиненного ущерба создается система антикризисного управления. Деятельность системы антикризисного управления сосредоточена на своевременном выявлении финансовых кризисов и их устранении. Выявление кризисной ситуации необходимо диагностировать на самых ранних этапах ее развития с целью своевременного и эффективного использования возможностей ее нейтрализации.

Список литературы:

1. Рогова, Т.Н. Антикризисное управление предприятием: учебное пособие / Т. Н. Рогова // Ульян. гос. техн. ун-т. — Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 200 с.
2. Бианкина, А.О. Антикризисный менеджмент: учебник для магистров / В.И. Орехов, Т.Р. Орехова, О.Ю. Казенков, С.С. Яковлев. – ИСН, 2016 г. – 269 с.
3. Крутиков, В.К. Антикризисное управление: учебно-методическое пособие / Е.В. Алексеева, Т.В. Дорожкина, М.В. Якунина, С.А. Аракелян. – Калуга: Изд-во: «Эйдос» (ИП Стрельцов И.А.), 2016. – 225 с.
4. Подсорин, В.А. Антикризисное управление: учебное пособие / В.А. Подсорин. – М.: МГУПС (МИИТ), 2016. – 154 с.

Павленко Т.Н., студентка

Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

pea.norm@mail.ru

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Актуальность и постановка проблемы. Промышленный сектор – это фундамент развития экономики каждого государства. Предприятия промышленной сферы Донецкой Народной Республики на сегодняшний день осуществляют деятельность в непростых социально-экономических реалиях. В этой связи принятие управленческих решений, направленных на развитие промышленного сектора экономики, должно

опираться на анализ основных тенденций и проблем функционирования предприятий этой сферы, что подчеркивает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование проблем функционирования отраслей промышленности Донецкой Народной Республики нашло отражение в работах таких ученых: С.Н. Гриневской, Р.Н. Лепы, А.Ю. Ляшенко, А.В. Половяна, Ю.К. Яковлевой. Вместе с тем, высокая динамичность внешней среды и многогранность протекающих в ней процессов обуславливает необходимость дальнейших исследований в этом направлении и предопределяет выбор темы данной статьи, её цель

Целью исследования является анализ основных тенденций и проблем функционирования предприятий промышленного сектора экономики Донецкой Народной Республики.

Результаты исследования. Проведенное исследование показало, что согласно данным ГУ «Институт экономических исследований» [1] можно выделить следующие основные позитивные тенденции развития предприятий промышленной сферы Донецкой Народной Республики:

- увеличение общего объема реализованной промышленной продукции;
- рост объемов производства предприятий добывающей, химической, пищевой промышленности и др.;
- восстановление металлургического комплекса;
- увеличение загрузки производственных мощностей предприятий машиностроительной отрасли;
- полное обеспечение потребностей промышленности и населения в электроэнергии и т.д.

В частности, увеличился общий объем реализованной промышленной продукции (рис. 1). Если в 2015 г. промышленные предприятия ДНР реализовали продукцию на 88,1 млрд. руб., то в 2017 г. – на 146,4 млрд. руб. При этом около 50% объема реализованной промышленной продукции в 2017 г. обеспечено предприятиями перерабатывающей промышленности, 37% – по поставке электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха, 11% – добывающей промышленности и разработки карьеров, 2% – организациями по водоснабжению, обработке отходов.

В добывающей, химической, пищевой промышленности наблюдается рост объемов производства. Так, в сентябре 2017 г. на 20-ти рентабельных шахтах было добыто более 5 млн. т угля, что на 500 тыс. т больше, чем за аналогичный период 2016 г. При этом угольная отрасль республики имеет значительный потенциал с перспективой наращивания объемов добычи угля в 1,5-2 раза.

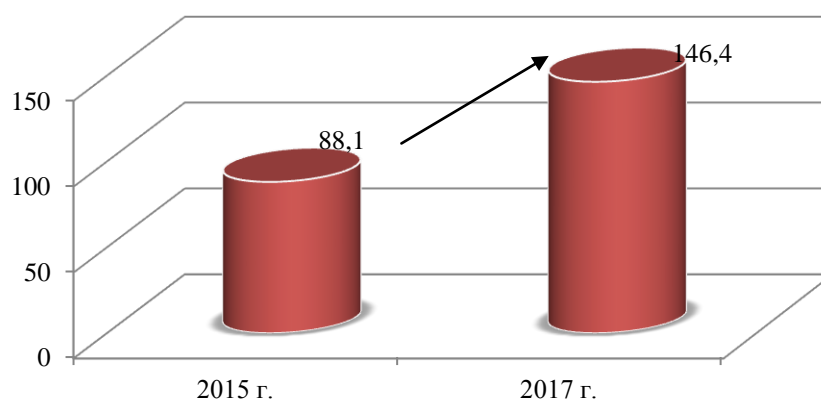


Рис.1. Объем реализованной промышленной продукции предприятиями ДНР [1]

В химической промышленности республики, представленной 76-ю предприятиями отрасли, увеличение объема производства (на 25,1%) в период с 2016 по 2017 год наблюдается в секторе лекарственных средств и изделий медицинского назначения.

Наиболее стабильно развивается пищевая промышленность, где функционирует 146 предприятий (по состоянию на 2017 г.), что более чем в 2,5 раза больше, нежели в 2014 г. Объем реализованной продукции пищевой промышленности также возрос: с 6,6 млрд. руб. (в 2016 г.) до 9,4 млрд. руб. (в 2017 г.)

Активно восстанавливается металлургический комплекс, который включает в Донецкой Народной Республике 49 предприятий металлургической, коксохимической и металлообрабатывающей сфер.

Положительные тенденции наблюдаются в машиностроении. За 2016-2017 гг. численность предприятий машиностроения в республике выросла на 23,5%. Так, если в 2016 г. функционировало 81 предприятие, то в 2017 г. – уже 100. Существенно возрос уровень загрузки производственных мощностей предприятий машиностроительной отрасли: с 20-25% (в 2016 г.) до 50% (в 2017 г.).

Вместе с тем, наряду с выше изложенными позитивными тенденциями развития экономики следует рассмотреть и проблемы функционирования предприятий промышленного сектора в Донецкой Народной Республике. К ним можно отнести:

- частичное разрушение промышленного потенциала;
- значительная физическая и моральная изношенность основных фондов;
- сложности с импортом сырья и комплектующих;
- ограничения в экспорте продукции;
- сокращение рынков сбыта и т.д. [1,2].

Первая проблема частичного разрушения промышленного потенциала обусловлена развернувшимися военными действиями на территории республики. Так, в результате обстрелов было повреждено около 50% предприятий в машиностроительной отрасли, в химической и фармацевтической отрасли – 10-15%, в металлургической – 20-25% [3].

Вторая проблема функционирования промышленных предприятий Донецкой Народной Республики состоит в значительной физической и моральной изношенности основных фондов. Уровень их износа ещё по состоянию на 2008 г. по официальным статистическим данным составлял в среднем 54%, а в некоторых отраслях – был и еще выше. В частности, основные средства предприятий машиностроения были изношены на 56%, предприятий по добыче неэнергетических полезных ископаемых – на 64%, электроэнергетики – на 77% [4]. Поскольку интенсивного обновления средств производства с того момента не наблюдалось, то можно предполагать, что текущий уровень износа основных фондов стал еще выше.

Третьей проблемой развития промышленных предприятий республики является сложности с импортом сырья и комплектующих. К примеру, с определёнными трудностями в поставках железорудного сырья сталкивается Донецкий металлургический завод, графитированных электродов – Енакиевский металлургический комбинат.

Четвёртая проблема связана с ограничениями экспорта продукции, вследствие чего объём экспортных операций Донецкой Народной Республики снизился на 20% [5,6]. Ограничение на экспорт тесно связано с пятой проблемой – сокращением рынков сбыта продукции. С данной проблемой сталкиваются, прежде всего, те предприятия, которые ранее имели экспортную ориентацию. В настоящее время основным рынком сбыта экспортно ориентированных предприятий выступает рынок Луганской Народной Республики и Российской Федерации (рис. 2).

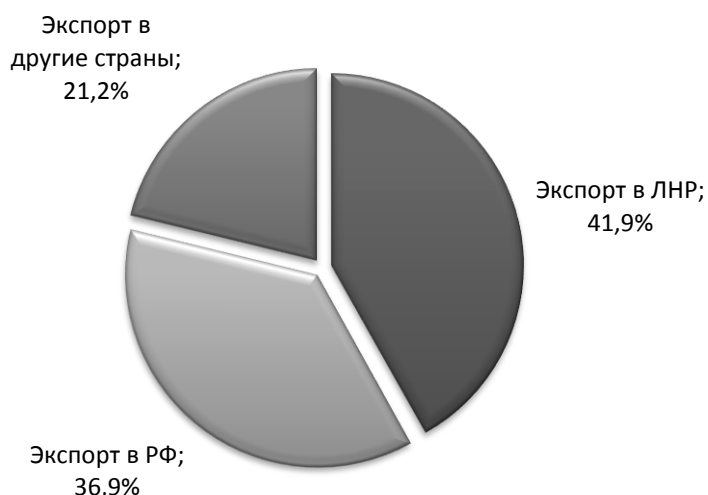


Рис. 2. Структура экспортных поставок ДНР в 2016 г. [7]

Выводы. Таким образом, несмотря на наличие ряда проблем функционирования промышленности Донецкой Народной Республики, очевидными являются и позитивные тенденции в работе её отраслей. С каждым годом увеличивается количество работающих предприятий, нарастает объем реализованной продукции. Это даёт основание полагать, что при условии сохранения выявленной тенденции в скором будущем возможно будет достичь стабильного экономического роста.

Список литературы:

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – 260 с.
2. Яковлева, Ю.К. Промышленный комплекс Донецкой области: современное состояние, потенциал и перспективы развития / Ю.К. Яковлева // Географический вестник. – 2014. – №1. – С. 29-39.
3. Экономика Новороссии показывает явное оживление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vz.ru/economy/2016/7/12/821062.html> (дата обращения 11.04.2019).
4. Основные средства промышленных предприятий Донецкой области изношены на 54% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosinvest.com/novosti/417399> (дата обращения 11.04.2019).
5. Семенова, Т.В. Актуальные проблемы развития внешнеэкономической деятельности Донбасса и предпосылки для их решения / Т.В. Семенова // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. – 2015. – №1. – С. 53-58.
6. DNREXPORT.RU – первый экспортный каталог ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mptdnr.ru/news/881-dnrexport-ru-pervyi-eksportnyi-katalog-dnr.html>
7. Экспорт из ДНР в диаграммах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-live.ru/eksport-iz-dnr-v-diagrammah> (дата обращения 11.04.2019).

Самохина Д.С., студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
diana2906@meta.ua

НОРМАТИВНЫЙ МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ И СИСТЕМА «СТАНДАРТ-КОСТ»: СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ

Актуальность темы. Важнейшее значение в осуществлении процесса принятия управленческих решений, связанных с повышением рентабельности деятельности, имеет выбранная система учёта затрат. В этом контексте система «стандарт-кост» и нормативный метод учёта затрат занимают центральное место в управлении, поскольку предоставляют возможность анализа причин отклонений в формировании себестоимости, позволяют обнаружить недостатки в использовании материальных и трудовых ресурсов, в организации производства, снабжении, нормировании. Выявление перечисленных угроз экономической безопасности, причин и лиц, виновных в их возникновении, позволяет контролировать затраты, влияющие на себестоимость продукции, а также принимать меры по их оптимизации. В основе системы «стандарт-кост» и нормативного метода учёта затрат лежат во многом сходные концептуальные положения. Вместе с тем, в этих подходах имеются и определённые различия. Исследование общих и отличительных черт системы «стандарт-кост» и нормативного метода учёта затрат создаёт предпосылки для успешного альтернативного их выбора на практике, что и подчёркивает актуальность темы статьи.

Анализ последних исследований и публикаций. Концептуальным аспектам системы «стандарт-кост» и нормативного метода учёта затрат, проблемам их практического внедрения посвящены научные труды отечественных и зарубежных специалистов, среди которых М.А. Вахрушина, Н.П. Любушкин, В.А. Терехова, А.О. Шеремет, М.А. Щуплова и др. Вместе с тем, вопросы, связанные определением общих и отличительных черт системы «стандарт-кост» и нормативного метода учёта затрат, изучены не в полной мере, что обусловило выбор темы исследования, его цель.

Целью исследования является сравнительный анализ особенностей системы «стандарт-кост» и нормативного учёта затрат, определение специфики их применения на практике.

Результаты исследования. Проведенное исследование особенностей системы «стандарт-кост» и нормативного метода учёта затрат показало, что к общим чертам этих двух методических подходов можно отнести [4]:

- строгое нормирование всех затрат;
- предварительное установление нормативов использования ресурсов;
- отдельный учёт отклонений от норм по местам их возникновения и центрам ответственности, четкий контроль за затратами;
- расчёт норматива использования ресурсов в денежном выражении на основе нормативных цен этих ресурсов;
- планирование себестоимости единицы продукции и всего выпуска за период на основе установленных нормативов;
- сравнение фактического уровня затрат с установленными нормативами;
- систематическое обобщение и анализ исчисленных отклонений с целью использования информации об отклонениях для устранения негативных явлений в производственном процессе и управления затратами;
- документирование отклонений от норм прямых затрат и отнесение их на виновных лиц и финансовые результаты.

Однако наряду с общими характеристиками в организации нормативного учета затрат на производство и по системе «стандарт-кост» есть существенные различия. Важнейшее из них нами систематизированы в табл. 1 [2].

Таблица 1

Основные отличия нормативного метода учета затрат от системы «стандарт-кост»

<i>Критерий</i>	<i>Нормативный учет</i>	<i>«Стандарт-кост»</i>
Учет изменений норм	Ведется в разрезе причин и ответственных лиц; изменение норм в текущем порядке	Не ведется
Способ калькулирования себестоимости продукции	Полное включение затрат и распределение всех прямых и косвенных затрат	Частичное включение косвенных затрат
Учет отклонений от норм косвенных затрат	Косвенные затраты относятся на себестоимость в сумме фактически произведенных затрат, отклонения относятся на издержки производства	Косвенные затраты относятся на себестоимость в пределах норм, отклонения выявляются с учетом объема производства и относятся на результаты хозяйственной деятельности
Способ установления нормативов и стандартов	Разработаны общие и отраслевые стандарты и нормы	Нет единой методики установления стандартов
Способ ведения учета	Незавершенное производство и производство продукции оцениваются по нормам на начало года, в текущем учете выделяются отклонения от них. Все затраты учитываются как алгебраическая сумма двух слагаемых — норм и отклонений	Учет текущих затрат и НЗП ведется по нормативам. Затраты на производство учитываются по фактическим затратам, выпуск продукции — по нормативным, остаток НЗП — по стандартам с учетом отклонений.
Основа выявления отклонений от стандартов	Бухгалтерские записи на специальных счетах	Документация
Основа определения нормативных затрат	Прошлый опыт	Прогноз будущего

Кроме того, считаем необходимым акцентировать внимание на том, что система «стандарт-кост» предполагает планирование и анализ различных вариантов затрат, в т.ч. обусловленных разным уровнем загрузки производственных мощностей, в то время как нормативный метод – измерение их фактической величины при фактической загрузке. Важно отметить, что «стандарт-кост» в отличие от нормативного метода не ориентирован на калькулирование фактической себестоимости единицы продукции [3].

Широкое применение системы «стандарт-кост» осуществляется, преимущественно, западными компаниями, что стало возможным благодаря наличию современных информационных технологий и относительной стабильности внешней среде. Отечественные предприятия ведут свою деятельность под воздействием изменяющихся внешних факторов, что не позволяет применять систему «стандарт-кост» в «чистом» виде, а возможно лишь внедрение некоторых её принципов. Применение этих принципов в ООО «Комплекс-21» привело к оптимизации работы в системе бухгалтерского учета, упрощению учета затрат и калькуляции себестоимости продукции, обеспечению качественной информационной поддержки принятия управленческих решений, выявлению существенных отклонений при сопоставлении

затрат. Однако абсолютно точно рассчитать себестоимость заказов и отдельных видов продукции благодаря этой системе на предприятии ООО «Комплекс-21» не получится.

В практике отечественных организаций все большее значение приобретает нормативный метод учета затрат на производство и калькулирование себестоимости, который получил свое развитие на основе американского метода «стандарт-кост». Предполагаемое нормативным методом учета затрат изменение норм в текущем порядке предусматривает возможность перевыполнения производственной программы, а также способствует гибкости функционирования предприятия в нестабильных экономических условиях. Вместе с тем система нормативного учета не сориентирована на процесс реализации (чем не позволяет обосновывать цены), а сосредоточена на производстве. При этом, чем больше количество повторяющихся операций, тем менее операций нуждаются в измерении в целях определения нормативов. Например, фирма «Альфа» применяет метод пакетной обработки при производстве узкого ассортимента мебельной продукции, для каждого из которых разработано нормативное время обрезки древесины для придания требуемого профиля перед сборкой. Объемы производства изделий каждого наименования обуславливают повторяющийся характер операции по обрезке древесины, что делает данное производство прекрасным объектом применения системы нормативной калькуляции затрат [1, с. 21].

Вывод. В современных условиях хозяйствования для рациональной организации учета затрат предприятию необходимо правильно выбрать метод учета затрат, применение которого определяется особенностями производственного процесса, характером производимой продукции, ее составом, способом обработки и т.д. Система «стандарт-кост» выступает действенным инструментом оценки деятельности отдельных работников и предприятия в целом, подготовки бюджетов, принятии решений об установлении реальных цен. Она широко используется в странах с развитой рыночной экономикой. Между тем, в отечественной практике используются, преимущественно, её основные принципы. Характерным для системы нормативного учета является своевременное обновление нормативов в результате осуществленных мероприятий по техническому развитию и усовершенствованию организации производства. Учет норм дает возможность уточнять факторы фактической себестоимости и обнаруживать экономическую эффективность внедренных рационализаторских предложений и проведенных организационно-технических мероприятий. Главное отличие этих систем в том, что систему «стандарт-кост» рассматривают как систему управления отклонениями, а не как метод бухгалтерского учета.

Список литературы:

1. Терехова, В. А. Современные методологические принципы применения нормативного метода учета затрат в международной практике / В. А. Терехова // Управленческий учет. – 2011. – №10. – 262 с.
2. Вахрушина, М. А. Управленческий анализ [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М. А. Вахрушина. – 6-е изд., испр. – М.: Издательство «Омега-Л», 2010. – 399 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/465589> (дата обращения 12.04.2109).
3. Шеремет, А.О. Управленческий учет: учеб. пособие / А.О. Шеремет. – М.: ФБК-Пресс, 2009. – 512 с.
4. Щуплова, М.А. Система «Стандарт-кост» и нормативный метод учета затрат на производство / М.А. Щуплова // Вестник ГУУ. – 2012. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-standart-kost-i-normativnyy-metod-ucheta-zatrat-na-proizvodstvo> (дата обращения 12.04.2109).

Санжура Е.П., студентка,
Полякова Э. И., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»
epek13@mail.ru
polakova_e_i@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Важной предпосылкой трансформационных процессов в промышленности региона на базе стратегий инновационно-технологического развития является адаптация производства к колебаниям инновационной активности рыночной среды в условиях обеспечения воспроизводства потенциала промышленного предприятия. Вследствие этого возникает теоретический и практический интерес в осуществлении оценочной деятельности потенциала промышленного предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Современные разработки ведущих ученых экономистов представлены в научных трудах А.Ф. Балацкого, Ю.А. Дорошенко, Е.В. Лапина, В.Л. Акуленко, И.А. Джаина, А.М. Тилиженко, которые обосновали необходимость и возможность перехода к оценке активов предприятия с точки зрения наиболее эффективного их использования. На основе разработанного ими методического подхода были выполнены расчеты экономического потенциала промышленных предприятий, в которых оценка производственного потенциала осуществляется на основе затратной, результатной и сравнительной концепций при условии, что основным критерием формирования стоимости потенциала являются затраты. Наиболее существенными в оценке уровня технологической инновационности промышленности становятся показатели, которые характеризуют ресурсный потенциал и доказывают результативность инновационной деятельности. С этой точки зрения основная цель стоимостной оценки потенциала промышленного предприятия – получение результатов, адаптированных для практического использования в целях активизации инвестиционных процессов, развития бизнеса, предпринимательства и новаторства, а также повышения конкурентоспособности.

Цель исследования. Разработка подходов к оценке потенциала промышленного предприятия, прогнозирование действия статических и динамических законов организации в оценочной деятельности и обоснование вектора оптимальной организации оценки потенциала промышленного предприятия любой формы собственности.

Результаты исследования. Организация оценки потенциала промышленного предприятия, определяющая алгоритм системы оценки, характеризуется совокупностью компонентов и процессов. Целесообразность единства представляют научные подходы и концептуальные принципы организации оценки потенциала промышленного предприятия, представляющие общий инструментарий оценочной деятельности, которые интегрируются с действием динамических и статических законов, организации. Динамические законы организации проявляют себя в однозначности причинных и следственных связей, в то время как статические законы представляют единство необходимых и случайных событий [1]. Если статические законы организации оптимизируют структуру системы оценки потенциала промышленного предприятия, то динамические законы – определяют правопрядок функций системы его оценки, необходимых для достижения поставленных целей. Закон композиции в организации оценки потенциала промышленного предприятия отражает структурную характеристику системы и необходимость согласования

локальных целей системы оценки для поддержки ее главной цели. Системный подход к организации оценки потенциала промышленного предприятия проявляется в различных методиках формирования и оценки его размера. Поэлементная оценка потенциала предприятия выполняется по методике стоимостной оценки размера его составляющих элементов. Единой методики оценки потенциала промышленного предприятия управленческая наука еще не выработала. Методические подходы к оценке потенциала предприятия могут иметь дальнейшее развитие, но по традиционному определению в экономической теории их совокупность определяется тремя подходами: затратным, сравнительным и результативным. Затратный подход объединит совокупность методов, направленных на определение стоимости объектов оценки на основе затрат на его создание и использование. Сравнительный подход позволяет определить стоимость объекта оценки на базе сопоставления с объектами осуществившихся рыночных сделок. Результативный подход оценивает стоимость составляющих потенциала предприятия на основе чистого дохода и результатов от его использования. Экономическое развитие промышленного предприятия предполагает пропорциональное развитие его потенциала. Закон пропорциональности в организации оценки потенциала промышленного предприятия отражает необходимость соотношения между частями целого и отдельными компонентами системы оценки, их соответствие и зависимость. Организация оценки потенциала промышленного предприятия на основании действия закона пропорциональности определяет пропорциональность и сбалансированность изменения его структуры. Это связано с использованием объективных критериев оценки, отражающих качественно новый уровень потенциальных возможностей дальнейшего развития. Закон пропорциональности в организации оценки потенциала промышленного предприятия приобретает особое значение и реализуется в системе взаимосвязанных показателей экономического, технического и социального содержания. Организационные законы композиции и пропорциональности в совокупности определяют действие организационного закона наименьших, объясняющего долевую устойчивость критериев оценки потенциала промышленного предприятия.

Научные разработки по проблематике оценки потенциала промышленного предприятия можно разделить в зависимости от базового оценочного критерия. Наиболее объективным и адекватным критерием оценки потенциала предприятий является его рыночная стоимость. Таким образом, базисом для оценочной методологии следует считать совокупность принципов, основанных на международных стандартах оценки. Минимальная долевая устойчивость потенциала промышленного предприятия в соответствии с законом наименьших зависит от критерия рыночной стоимости. Рыночная экономика инновационной направленности нуждается в новой организационной структуре и финансовых отношениях между промышленными предприятиями. Новые рыночные процессы затрагивают предприятия всех отраслей промышленности, меняя отраслевую структуру, и создают новые корпоративные структуры, связанные с приватизацией предприятий, многочисленными и сложными вариантами реализации имущественных прав, что вызывает необходимость стоимостной оценки потенциала промышленного предприятия с учетом стоимости материальных и нематериальных активов на определенной фазе жизненного цикла организации. Оценка стоимости имущества на промышленном предприятии, выполняемая в денежном выражении, показывает свойства промышленного предприятия как товара, его полезность, а также расходы, необходимые для подтверждения этой полезности при условии смены собственника – объективного процесса рыночной экономики, необходимого для устойчивого развития. Результаты исследований по проблемам оценки потенциала, опубликованные в научной литературе

за последние годы, свидетельствуют о важности использования критерия рыночной стоимости, который по действию закона наименьших, объясняет долевую устойчивость потенциала промышленного предприятия. Сегодня процесс трактовки сущности различных критериев оценки потенциала предприятия все еще находится в стадии формирования. Организация стоимостной оценки потенциала промышленного предприятия по затратному, сравнительному и результативному подходам в рыночных условиях требует обратить внимание на систему оценки активов предприятия по отдельным фазам жизненного цикла организации. Необходимо конкретизировать методические подходы к оценке потенциала, которые сформулированы на основе времени оценки в качестве критерия классификации. Если учитывается только прошедшее время, то методы относятся к группе расходных, если только настоящее время – к группе сравнительных (рыночных), если учитывается только будущее время – к группе результативных (доходных) [2]. Таким образом, с учетом прошедшего времени при оценке принимаются во внимание методы затратного подхода, которые при оценке активов предприятия позволяют реально определить их стоимость в фазах зрелости и угасания жизненного цикла организации. Сравнительный подход по оценке активов предприятия используется по условиям решения конкретной практической задачи и текущей ситуации на рынке и влияет на стоимость потенциала предприятия. При стоимостной оценке активов промышленного предприятия по методам сравнительного подхода с учетом времени принимаются во внимание фазы становления и угасания организации, оценщики ориентируются только на настоящее время. Результативный подход позволяет оценить активы промышленного предприятия на фазе расцвета жизненного цикла организации и выполнить стоимостную оценку его потенциала в будущем периоде. Учитывается только будущее время, когда прогнозируется польза от хозяйственного использования потенциала промышленного предприятия и размер чистого потока капитала, который должен быть получен владельцем или инвестором на конкурентном рынке. Таким образом, под действием закона онтогенеза организации стоимостная оценка потенциала промышленного предприятия на отдельных фазах жизненного цикла организации проводится с использованием затратного, сравнительного и результативного методических подходов.

Выводы. Организация оценки потенциала промышленного предприятия характеризуется балансировкой процесса стратегического и тактического управления, отражающих различные интересы пользователей результатов оценки. Закономерности организации оценки потенциала промышленного предприятия является результатом группировки факторов по действию организационных законов. Статистические и динамические законы организации определяют процедуру организации оценки потенциала промышленного предприятия при действии законов: композиции и пропорциональности; наименьших.

Список литературы:

1. Балацкий, О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем: монография / ред. А. Ф. Балацкий. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973 с.
2. Федонин, А. С. Потенциал предприятия: формирование и оценка: учеб. пособие / А. Федонин, И. Репина, А. Олексюк. – Москва: КНЭУ, 2004. – 316 с.
3. Полякова, Э. И. Системный подход к организации потенциала промышленного предприятия / Э. И. Полякова, Е. П. Санжура // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы: Материалы XV-й Международной научно-практической конференции (22-23 ноября 2018 г., г. Донецк). – 2018. – С. 67-72.

Сатлер И.А., магистрант,
Андреева А.Г., магистрант,
Дончевский Г.Н., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
dongrin@yandex.ru

ПРОЕКТ МОДЕЛИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ИСПЫТАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА, НАПРАВЛЕННОЙ НА ГЕНЕРИРОВАНИЕ БЛАГОДАТНОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

Актуальность. В условиях продолжительного экономического кризиса активно ведутся поиски новых моделей деятельности. В их центр, как правило, ставятся «умные», информационно-аналитические факторы, ориентированные на повышение роли человеческого капитала в системе функционирования организаций и предприятий. Переход от концепции контроля за деятельностью человека к концепции аудита деятельности является одним из таких «умных» решений, чем и определяется актуальность данного материала, посвященного одному из возможных путей такого перехода.

Анализ последних исследований и публикаций. Выходящие в последние годы теоретические работы по проблемам внутреннего аудита [1, 2, 3] особое внимание акцентируют на двух принципиальных моментах: на отличии аудита от контроля и на необходимости вовлечения в аудит всего коллектива организации.

Цель исследования состоит в разработке проекта модели проведения внутреннего аудита в испытательном лабораторном центре, ориентированной на достижение максимальной эффективности и, в конечном итоге, на производство добавленной ценности. Однако ломать сложившуюся в ИЛЦ систему проведения аудитов нельзя, так как, во-первых, она функционирует соответствует ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009, а во-вторых, благодаря этой системе ИЛЦ успешно прошел аккредитацию и процедуру подтверждения компетентности. Цель состоит в ее усовершенствовании и модернизации действующей в ИЛЦ системы внутреннего аудита.

Результаты исследования. Ежегодно испытательный лабораторный центр (ИЛЦ) филиала ФБУЗ «ЦГиЭ в РО» в г. Волгодонске проводит санитарно-гигиенические, паразитологические и микробиологические исследования различных объектов (воды, воздуха, дезинфицирующих средств) в рамках производственного контроля для лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ). Договора на проведение этой работы заключаются через процедуру торгов с использованием электронной площадки. Обязательным требованием заказчика для участия в этих торгах является наличие действующего аттестата аккредитации на все необходимые исследования.

Помимо этого у филиала есть еще несколько крупных заказчиков, которые, хотя и заключают договора без проведения электронных торгов, но непременно требуют копию действующего аттестата аккредитации (таблица 1).

Таблица 1

Доходы от внебюджетных исследований филиала ФБУЗ «ЦГиЭ в РО» в г. Волгодонске

Год	Доход от исследований, руб.	Доход от ЛПУ, %	Доход от крупных заказчиков, %
2017	12 864 279	30	35
2018	16 012 607	35	30

В последнее время многие малые предприятия или индивидуальные предприниматели, заключающие договор всего на 5-10 тысяч рублей в год, хотят обязательно убедиться в наличии действующего аттестата аккредитации испытательного лабораторного центра.

Главным заказчиком филиала выступает Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Основная задача этого органа состоит не только в том, чтобы осуществлять федеральный государственный надзор и контроль качества и безопасности внешней и производственной среды, но также применять в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, меры по пресечению выявленных нарушений требований санитарного законодательства, технических регламентов и (или) устранению последствий таких нарушений, выдавать предписания об устранении выявленных нарушений требований санитарного законодательства, технических регламентов, привлекать к ответственности лиц, совершивших такие нарушения. Лаборатория, выдавшая эти результаты, должна быть аккредитована в национальной системе аккредитации.

Заработная плата сотрудников филиала состоит из двух частей: оклада и «дорожной карты» (таблица 2). Первая часть гарантирована государством, а вторая является стимулирующей надбавкой. Согласно российскому законодательству стимулирующие надбавки выплачиваются за выполнение показателей эффективности, исходя из вклада каждого работника в результаты работы структурного подразделения и в целом учреждения. К тому же при наличии дисциплинарного взыскания надбавка за выполнение показателей эффективности работы не выплачивается.

Таблица 2

Структура выплат работникам от бюджетных исследований
филиала ФБУЗ «ЦГиЭ в РО» в г. Волгодонске

Год	Общая сумма	Оклад	Стимулирующие выплаты
2017	22 292 615	16 570 897	5 721 718
2018	30 775 324	13 953 864	16 821 460

Тем самым государство дает понять каждому сотруднику, что он должен не просто качественно и в положенные сроки выполнить свою работу, но еще и участвовать в процессах, позволяющих, испытательному лабораторному центру проводить испытания достоверно и беспристрастно.

Заинтересованность руководства испытательного лабораторного центра во внутреннем аудите обусловлена и другими причинами. А именно: необходимостью выполнения требований ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009 и Критериев аккредитации, в которых четко прописано «Организация должна проводить внутренние аудиты (проверки) через запланированные интервалы времени....»; желанием упорядочить процессы, что тем самым позволяет достигать существенной экономии; необходимостью своевременного и полного получения данных о надежности и эффективности существующей системы менеджмента качества.

Проведение внутреннего аудита дорого обходится организации. Для того чтобы грамотно и эффективно проводить внутренний аудит необходимо во-первых, подобрать команду аудиторов из числа сотрудников испытательного лабораторного центра. Во-вторых, организовать обучение членов аудиторской группы. Ведь они должны заранее планировать внутренний аудит, правильно его проводить, качественно анализировать его результаты, а также грамотно и вовремя оформлять отчетность о его реализации.

Планировать и проводить внутренние аудиты необходимо таким образом, чтобы каждый из них мог служить мотивацией для персонала всех уровней, помогая создать и

поддерживать настоящую среду качества, позволяя каждому сотруднику на своем рабочем месте определить, насколько верно он выполняет предписанные ему функции и правильно ли он понимает свое взаимодействие в общем процессе. Поэтому к аудиту следует привлекать как можно большее количество сотрудников. То есть необходимо расширить состав аудиторской группы, обязательно включив в нее: метролога; специалиста, ответственного за стандартизацию; заведующих структурными подразделениями.

Следует чаще проводить внутренние аудиты, например, 1 раз в квартал или даже 1 раз в месяц, причем в каждом структурном подразделении. Нужно проверять небольшие этапы работы и затрачивать на это минимум времени.

Помимо этого разумно ввести ежедневный мониторинг, предназначение которого будет заключаться в проверке протоколов, выдаваемых ИЛЦ. Мониторинг необходимо проводить на трех этапах испытательных работ:

- на этапе подготовки к отбору проб (заведующая отделением отбора проверяет подготовленный акт отбора проб на соответствие нормативно-методическим документам по объекту отбора, на наличие или отсутствие этих документов в утвержденной области аккредитации);

- на этапе подписания внутренних протоколов (заведующие лабораториями контролируют методику и диапазон исследования, показатели, а также наличие или отсутствие их в утвержденной области аккредитации);

- на этапе подписания окончательного протокола (руководитель ИЛЦ или его заместитель проверяет наличие или отсутствие документов на отбор и соответствие проведенного исследования утвержденной области аккредитации).

Выводы. Существует прямая связь между тем, насколько полезным будет внутренний аудит для испытательного лабораторного центра и тем, какая сумма будет отражаться на банковской карте каждого сотрудника в день зарплаты. Реализация описанного проекта даст возможность планировать и проводить внутренние аудиты, которые позволят ИЛЦ сохранить аттестат аккредитации и помогут генерировать добавленную ценность, причем, не только для организации в целом, но и для каждого сотрудника в отдельности.

Список литературы:

1. Внутренний аудит. – Москва: КНОРУС, 2016, – С.18.
2. Тимофеева, Н.В. Внутренний аудит: теоретические аспекты [Текст]: монография / Н. В. Тимофеева. – Сургут: ОЗОН, 2016.
3. Шмелева, А.Н. Оценка эффективности менеджмента и систем менеджмента качества [Текст]: монография. – Москва: Русайнс, 2017.

Тарасова А.А., студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
super.nast-13@yandex.ua

МЕТОДИКА ДИАГНОСТИКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях рыночной экономики перед управленцами стоит задача непрерывного поиска эффективных инструментов управления конкурентоспособностью, их совершенствования.

Управление конкурентными преимуществами – это основной фактор, который необходимо задействовать для эффективного функционирования предприятия. В свою очередь диагностика эффективности управления конкурентоспособностью позволяет менеджменту установить, насколько действенной в части завоевания конкурентных преимуществ является его текущая политика, а также разработать комплекс необходимых регулирующих мер. В этой связи на первый план научного поиска выходит проблема выбора приемлемой методики диагностики эффективности управления конкурентоспособностью, что подчёркивает актуальность темы исследования.

Анализ последних публикаций и исследований. Различным вопросам управления конкурентоспособностью посвящены научные труды таких исследователей, как И. Ансофф, Л.В. Балабанова, А.М. Варфоломеева, П. Друкер, М.В. Кислинская, В.Б. Кислинский, С.Л. Клименко, О.Е. Кузьмин, М. Портер, Н.А. Савельева, Р.А. Фатхутдинов и др. Вместе с тем, высокая динамичность внешней среды обуславливает необходимость дальнейших исследований в сфере управления конкурентоспособностью, диагностики его эффективности, что и предопределило выбор темы данной статьи, её цель

Целью исследования является рассмотрение методических аспектов диагностики эффективности управления конкурентоспособностью предприятия.

Результаты исследования. Проведенное исследование позволило установить, что существует ряд подходов к оценке конкурентоспособности организации:

- с позиции сравнительных преимуществ;
- по теории равновесия организации;
- системный подход;
- функционально-стоимостный подход;
- по качеству продукции с использованием многоугольных профилей;
- подход с позиции максимизации стоимости.

В современном мире недостаточно проводить оценку лишь одной сферы предприятия. В этой связи, по нашему мнению, уместным является использование системного подхода к оценке конкурентоспособности Фасхиева Х.А. [3].

Диагностика эффективности управления конкурентоспособностью по методике Фасхиева Х.А. представляет собой рассмотрение отдельных подсистем предприятия:

- производственной,
- финансовой,
- маркетинговой,
- управления персоналом,
- продукции,
- инновационной.

Каждая сфера характеризуется собственным набором показателей (табл. 1), рассчитав которые определяют интегральный показатель конкурентоспособности.

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия I_k определяется по формуле:

$$I_k = I_{пр} \times d_{пр} + I_{ф} \times d_{ф} + I_{м} \times d_{м} + I_{уп} \times d_{уп} + I_{пп} \times d_{пп} + I_{ид} \times d_{ид}, (1)$$

где $I_{пр}, d_{пр}$ – уровень конкурентоспособности производственной деятельности и его весовой коэффициент;

$I_{ф}, d_{ф}$ – уровень конкурентоспособности финансовой деятельности и его весовой коэффициент;

I_m, d_m – уровень конкурентоспособности маркетинговой деятельности и его весовой коэффициент;

$I_{уп}, d_{уп}$ – уровень конкурентоспособности управления персоналом и его весовой коэффициент;

$I_{пп}, d_{пп}$ – уровень конкурентоспособности производимой продукции предприятия и его весовой коэффициент;

$I_{ид}, d_{ид}$ – уровень конкурентоспособности инновационной деятельности и его весовой коэффициент.

Таблица 1

Система показателей диагностики эффективности управления конкурентоспособностью предприятия по методике Фасхиева Х.А.

Сферы деятельности	Показатели конкурентоспособности
Производственная	– затраты на производство продукции; – фондоотдача; – показатели деловой активности.
Финансовая	– рентабельность предприятия; – показатели финансовой устойчивости; – ликвидность.
Маркетинговая	– коэффициент экономической активности методов продвижения и сбыта продукции; – рыночной доли; – рентабельность маркетинга.
Управление персоналом	– стабильность кадров; – средняя месячная заработная плата,; – коэффициент текучести кадров.
Продукция	– качество; – цена; – ассортимент
Инновационная	– коэффициент устойчивости; – коэффициент достаточности; – латентность инноваций.

Уровни конкурентоспособности различных сфер оцениваются по 10-балльной шкале. Как мы можем заметить, то интегральный показатель конкурентоспособности предприятия должен стремиться к максимуму (100%): $I_k \rightarrow \max \rightarrow 100\%$.

Полученное значение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия I_k позволяет судить об эффективности политики управления в этой сфере:

–0-20% – предприятие неконкурентоспособно или же имеет низкий уровень конкурентоспособности, соответственно необходимо принять меры по значительному улучшению управления конкурентоспособностью, более подробно рассмотрев каждую из сфер деятельности;

–20,1-40% – уровень конкурентоспособности ниже среднего, соответственно предприятие занимает неустойчивую позицию на рынке и также требуется повышение продуктивности отдельных сфер;

–40,1-60% – предприятие занимает хорошее положение на рынке, но для дальнейшего роста требуется небольшая корректировка отдельных элементов сфер;

– 60,1-100% – предприятие занимает существенное положение на рынке, не требуется никаких изменений в управлении конкурентоспособностью. Основной

задачей остаётся поддержание данного положения.

Кроме того, полученный интегральный показатель конкурентоспособности предприятия I_k следует сравнить с показателями конкурентов и на этой основе решить, как поддерживать своё место на рынке либо как улучшить конкурентоспособность предприятия.

Выводы. Таким образом, все сферы деятельности предприятия взаимосвязаны и для того, чтобы эффективно управлять конкурентоспособностью необходимо оценить каждую его подсистему: производственную, финансовую, маркетинговую, управления персоналом, продукции, инновационную. Благодаря полученному интегральному показателю I_k можно определить, на каком уровне конкурентоспособности находится данное предприятие и что необходимо предпринять для улучшения (сохранения) его конкурентных позиций на рынке. В этой связи системный подход к диагностике управления конкурентоспособностью можно признать эффективным управленческим инструментом.

Список литературы:

1. Ангелина, И.А. Оценка конкурентоспособности предприятия пищевой промышленности: методический аспект / И.А. Ангелина, С.В. Салита // Вестник института экономических исследований. – 2018. – № 4(12). – С. 34-41.
2. Кислинская, М.В. Сбалансированная оценка эффективности управления конкурентоспособностью промышленных предприятий / М.В. Кислинская, С.В. Салита // Вестник университета. – 2012. – №10. – С. 3-7.
3. Фасхиев, Х.А. Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия / Х.А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №5. – С. 103-114.

Титаренко Д.В., студентка
Селиванова Ю.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
dashatitarenko@yandex.ua

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И УКРАИНЕ

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что основными целями функционирования любого предприятия является получение прибыли, сохранение и наращивание капитала. Величина прибыли за отчётный период определяется действующей моделью формирования финансовых результатов, которая, в свою очередь, регламентирована законодательством. Поскольку каждое государство руководствуется собственными стандартами составления финансовой отчётности, в которой формализуется действующая модель финансовых результатов, то научно-практический интерес составляет исследование отличительных особенностей вышеуказанных моделей.

Анализ последних публикаций и исследований. Исследованию различных вопросов, связанных с формированием финансовых результатов, посвящены работы таких специалистов: Л.В. Андреева, О.И. Архипова, Т.Б. Бердников, А.Т. Головизина, В.И. Макарьева, А.А. Макарьян, Т.П. Пестрякова, Г.В. Савицкая, Л.Н. Чечевицына, Н. Чуев и др. Вместе с тем, остаётся ещё недостаточно проработанной проблема

установления отличий в подходах к определению финансовых результатов, что и предопределило выбор темы статьи, её цель.

Целью исследования является осмысление сущности финансовых результатов, уточнение отличий в подходах к их определению в Российской Федерации и Украине, для преодоления возможных разночтений в интерпретации показателей форм отчетности.

Результаты исследования. Финансовый результат представляет собой обобщающий показатель эффективности деятельности хозяйствующего субъекта за определённый период. Нормативной базой для формирования финансовых результатов в Российской Федерации выступают следующие документы:

- Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. [1];
- Приказ Минфина «О формах бухгалтерской отчетности организаций» № 66н от 02.07.2010 г.

Для предприятий Украины основой определения финансовых результатов являются документы:

- Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета №1 «Общие требования к финансовой отчетности», утверждённое Приказом МФУ № 73 от 07.02.2013 г. [2];
- Методические рекомендации по заполнению форм финансовой отчетности, утверждённые Приказом МФУ № 433 от 28.03.2013 г.

Финансовый результат может быть положительным (прибыль) и отрицательным (убыток). Рассмотрим трактовку прибыли/убытка в соответствии с п. 3 НП(С)БУ 1 [2]. Согласно п. 3 НП(С)БУ 1 [2] *прибыль* представляет собой сумму, на которую доходы превышают связанные с ними расходы, в то время как *убыток* – это превышение суммы расходов над суммой дохода, для получения которого были осуществлены эти расходы.

Выявление финансового результата определяется моделью, положенной в основу данного процесса (табл. 1).

Таблица 1

Модель формирования финансовых результатов в Российской Федерации и в Украине

Российская Федерация, п. 23 ПБУ 4/99 [3]	Украина, п. 3 НП(С)БУ 1
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и т.п. налогов и обязательных платежей (нетто - выручка) – Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (кроме коммерческих и управленческих расходов) = Валовая прибыль – Коммерческие расходы – Управленческие расходы = Прибыль/убыток от продаж – Проценты к получению – Проценты к уплате + Доходы от участия в других организациях + Прочие доходы	Чистый доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг) – Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг) = Валовая прибыль (убыток) + Прочие операционные доходы + Доход от изменения стоимости активов, оцениваемых по справедливой стоимости + Доход от первоначального признания биологических активов и сельскохозяйственной продукции + Доход от использования средств, высвобожденных от налогообложения – Административные расходы – Расходы на сбыт – Прочие операционные расходы – Расходы от изменения стоимости активов, оцениваемых по справедливой стоимости)

Российская Федерация, п. 23 ПБУ 4/99 [3]	Украина, п. 3 НП(С)БУ 1
– Прочие расходы = Прибыль / убыток до налогообложения – Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи = Прибыль / убыток от обычной деятельности	– Расходы от первоначального признания биологических активов и сельскохозяйственной продукции = Финансовый результат от операционной деятельности + Доход от благотворительной помощи – Финансовые расходы + Потери от участия в капитале – Прочие расходы = Прибыль (убыток) от влияния инфляции на монетарные статьи = Финансовый результат до налогообложения: – Расходы (доход) по налогу на прибыль = Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности после налогообложения

Как видно из табл. 1, в целом модель формирования финансовых результатов в Российской Федерации и в Украине довольно схожи. Вместе с тем, имеются определённые отличия в названиях показателей, порядке вычислений, а также в степени детализации расчётов.

Выводы. Таким образом, проведенное исследование показало, что утверждённые формы отчётов о финансовых результатах в странах ближнего зарубежья различны. Они подстроены под систему функционирования хозяйствующих субъектов, под преобладающие в странах виды деятельности. Вместе с тем, модели формирования финансовых результатов по большей части схожи. Отличия в них состоят в названиях показателей, порядке вычислений, степени детализации расчётов.

Список литературы:

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения 01.04.2019).
2. Общие требования к финансовой отчетности: Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета №, утверждённое Приказом МФУ № 73 от 07.02.2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.dtkr.ua/doc/1207.612.0>
3. Бухгалтерская отчетность организации: Положение по бухгалтерскому учету 4/99, утверждённое Приказом МФУ № 43н от 06.07.99 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/glossary/476760/> (дата обращения 01.04.2019).
4. Гуртовая, И. Н. Влияние ПБУ на бухгалтерскую (финансовую) отчетность / И. Н. Гуртовая // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 28–1. – С. 42–46.
5. Всяких, М.В. Сходства и различия ключевых форм бухгалтерской (финансовой) отчетности в Российской Федерации и Украине [Электронный ресурс] / М.В. Всяких, Е.Ю. Стрельникова. – Электрон. журн. – г. Казань: ООО «Издательство Молодой ученый», 2016. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/113/> (дата обращения 01.04.2019).

Шевчук И.М., преподаватель
ГПОУ «Енакиевский техникум экономики и менеджмента»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
spo.etemdonnu.1970@mail.ru

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. В современных условиях хозяйствования, когда экономика Донецкой Народной Республики находится в стадии активного развития с момента ее образования в 2014 году, перед предприятиями, формирующими промышленный потенциал республики, стоит проблема эффективной деятельности в настоящий и будущий период. Значительное влияние на функционирование предприятий всех отраслей оказывают политическая ситуация, социально-экономические блокады, разрыв традиционных социально-экономических связей. Предприятия вынуждены приспосабливаться к нынешней социально-политической ситуации, то есть к изменениям микро- и макросреды, адаптироваться и опережать. При этом правильно разработанная, обоснованная стратегия является частью будущего успеха. На сегодняшний день стратегия представляет собой основополагающий стержень в управлении предприятием, который должен обеспечивать развитие и устойчивый экономический рост предприятия, повышение конкурентоспособности его продукции, чем и обуславливается актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Сегодня опубликовано много трудов, посвященных проблемам формирования стратегического развития предприятия. Вопросы разработки и реализации стратегии, ее ресурсного обеспечения освещены в трудах таких ученых, как: И.С. Вербицкий, В.Р. Веснин, Г. Минцберг, М. Мескон, В.Н. Родионова, И.А. Панов и ряд других. Полученные ими научные результаты свидетельствуют о наличии в этой сфере значительного количества не решенных проблем.

Цель исследования. Целью исследования является изучение теоретических основ по формированию стратегии развития предприятия и практическое их использование.

Результаты исследования. Стратегия предприятия – это систематический план его потенциального поведения в условиях неполной информации о будущем развитии среды и предпринимательства. Он включает в себя формирование миссии, долгосрочных целей, а также путей и правил принятия решений для наиболее эффективного использования стратегических ресурсов, сильных сторон, возможностей, устранение слабых сторон и защиту от угроз внешней среды для будущей прибыльности [1].

Миссия организации определяет то, для чего она создана и существует. Действиям людей она придает осмысленность и целенаправленность, которые позволяют им лучше понять не только то что они должны делать, но и для чего. Миссия создает общие ориентиры функционирования организации, а конкретное состояние отдельных ее достигаемых характеристик определяют цели. Цели конкретизируют миссию.

Стратегия, в отличие от долгосрочных планов, в любой момент может быть пересмотрена. Поэтому стратегический план, не смотря на свою ориентированность на отдаленную перспективу, должен быть гибким, чтобы в него можно было внести изменения в случае необходимости. Стратегию необходимо адаптировать к постоянно изменяющимся социальным и деловым ситуациям.

Формирование стратегии организации начинается с проведения стратегического анализа. Он определяет структуру целей и задач, стоящих перед организацией. Решающую роль в стратегическом анализе играет выявление умений и навыков, дающих организации конкурентные преимущества и определяющих основные направления ее деятельности. Проведение стратегического анализа содержит в себе исследования потенциала организации и динамику микро- и макросреды.

При разработке стратегии необходимо, с одной стороны, иметь четкое представление о сильных и слабых сторонах организации, ее позиции на рынке, а с другой стороны, понимать структуру экономики республики в целом и структуру отрасли, в которой работает организация. Стратегии составляются из ряда направлений и подходов, разрабатываемых руководством с целью достижения более лучших показателей работы в одной конкретной сфере деятельности. Объединение общих и обще конкурентных стратегий зависит от характеристики отрасли, общей конкурентной позиции организации на рынке, характеристик самой организации.

Одним из важных этапов стратегического анализа является анализ деятельности конкурентов и конкурентных преимуществ. Существует много конкурентных стратегий предприятия: производственная, товарная, ценовая и другие. Но в основе любой стратегии должны быть конкурентные преимущества. Стратегическое управление можно рассматривать как управление конкурентными преимуществами (рис.1). Сущность конкурентных преимуществ заключается в положении организации на рынке, которое позволяет ей преодолевать конкурентные силы и привлекать покупателей. Конкурентные преимущества создаются уникальными материальными и нематериальными активами, которыми владеет организация. А также, которые являются стратегически важными для данной сферы деятельности, которые позволяют одерживать победу в конкурентной борьбе.

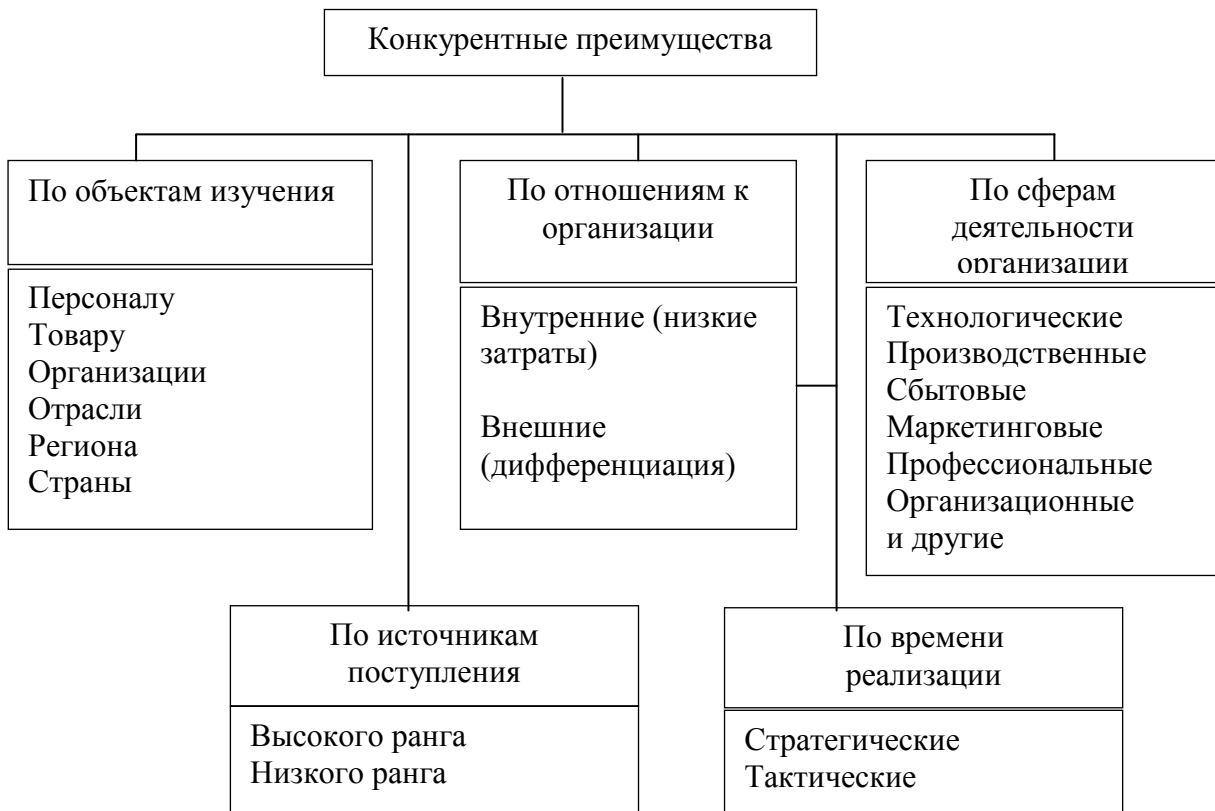


Рис.1. Типы конкурентных преимуществ

Сегодня не существует универсального набора методик, которые гарантировали бы организации получение информации необходимого качества и в необходимом объеме для разработки эффективной стратегии. Необходимо понимать, что проведение анализа не является самоцелью – его конечным результатом становятся проекты решений. В данном случае это стратегический план. При переходе от прогнозирования к планированию происходит определение стратегии развития организации. Поэтому руководству организации следует поступать следующим образом: изначально выбрать несколько (чем меньше, тем лучше) методик стратегического анализа и начать их применять на практике, причем регулярно. Главное – не увлекаясь лишним анализом, перейти к этапу разработки стратегии и довести ее до более приемлемого варианта с точки зрения перспективы для всей организации [2].

Также можно отметить, что этап стратегического анализа в классической схеме формирования стратегии развития организации является слабым местом. Низкий уровень проведенного анализа и оценки микро- и макросреды организации может быть одной из причин неэффективности стратегий.

Выбор стратегии зависит от внешних (форма конкурентной борьбы, экономическая политика правительства, законы и нормативы, стратегия развития государства) и внутренних (производственные и финансовые ресурсы организации) факторов. Уровень радикальности ожидаемых изменений после внедрения стратегии также влияет на выбор стратегии.

При выборе стратегии необходимо учитывать риски. Это обусловлено динамикой изменения рынка и отсутствием возможности точного прогнозирования.

Организация разработки стратегии на предприятии предусматривает подбор кадров разработчиков, организацию их работы и контроль, изменение структуры управления в соответствии с потребностями стратегического менеджмента, развития в кадрах стратегических способностей и информационно-аналитического обеспечения процесса разработки стратегии.

Формирование и развитие экономики Донецкой Народной Республики требует исследования эффективных путей адаптации объектов промышленного потенциала к нынешней среде с целью обеспечения конкурентоспособности, финансовой устойчивости, инвестиционной привлекательности. В связи с этим, целесообразно для осуществления стратегических изменений использовать методики, широко применяемые в странах с рыночной экономикой – система сбалансированных показателей и реинжиниринг бизнес-процессов.

Выводы. На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы относительно необходимости разработки стратегии развития организации. Стратегия организации состоит из действий и подходов управленческого персонала для достижения поставленной цели деятельности, для достижения миссии. Стратегия обеспечивает адаптированность действий организации в рыночных условиях. Создание стратегии – это, прежде всего предпринимательская деятельность; разработчик стратегии в большей мере должен быть ориентирован на изменения внешней среды, чем изучением внутренних проблем организации. Стратегии организации частично видимы, а частично скрыты от постороннего взгляда. Разработка стратегического видения и миссии организации, определение цели выбор стратегии являются главным заданием выбора направления развития организации.

Список литературы:

1. Круглова, Н.Ю. Стратегический менеджмент: учебник для вузов/ Н.Ю. Круглова, М.И. Круглов. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 464 с.
2. Попов, С.А. Стратегическое управление. – М.: ИНФРА-М, 2006.

Янопуло Д. А., студент
 Стрелина Е.Н., к.э.н., доцент
 ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
 koocss@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА НА ОСНОВЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

Актуальность. Для принятия управленческих решений по реализации проекта в условиях неопределенности и риска целесообразно использовать метод анализа чувствительности, представляющий собой технику анализа проектного риска, которая показывает, как изменится значение результирующего показателя проекта при заданном изменении отдельной переменной. Данный метод позволяет выявить степень опасности отдельных переменных проекта для принятия управленческих решений, направленных на минимизацию рисков, связанных с возможными изменениями опасных переменных.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам применения метода анализа чувствительности в инвестиционном проектировании посвящены работы таких ученых-экономистов как Грачева М. В., Кофанов Ю. Н. [1], Липсиц И. В., Стрелина Е. Н. [2] и другие. Малоизученным остаётся вопрос применения данного метода в инвестиционных проектах сферы услуг, где конечной продукцией выступает нематериальный продукт.

Цель исследования. Рассмотреть специфику применения метода «анализа чувствительности» инвестиционных проектов на примере малого предприятия сферы услуг.

Результаты исследования. Объектом исследования данной работы является процесс использования метода «анализа чувствительности» в рамках применения инвестиционно-проектного подхода в развитии малого предприятия в сфере услуг. Предметом исследования является обоснование выбора методов управления рисками для выявленных факторов риска инвестиционного проекта. Инвестиционный проект связан с развитием малого предприятия по оказанию фото услуг населению и предприятиям.

В ходе применения метода «анализа чувствительности» была рассчитана эластичность NPV исходя из пессимистического сценария – все факторные переменные были ухудшены на 1 % (таблица 1).

Таблица 1

Расчет факторной эластичности чистой приведенной стоимости проекта, руб.

Переменная	Базовое значение переменной	Базовое значение NPV	Измененное значение переменной	Измененное значение NPV	Эластичность NPV	Рейтинг переменной
1. Объем инвестиций, руб. (I0)	536 338	1 770 114	541 701	1 764 751	0,305	-
2. Выручка, руб. (TR)	2 045 550	1 770 114	2 025 095	1 709 764	3,451	1
3. Операционные затраты, руб. (Сop)	1 160 516	1 770 114	1 172 121	1 731 212	2,233	2
4. Стоимость финансирования, (r)	0,15	1 770 114	0,1515	1 757 890	0,696	-

Таким образом, для данного проекта наиболее опасными являются возможные изменения в *выручке* и *размере операционных затрат*.

Секция «Экономика предприятия»

В *Excel* были рассчитаны критические значения среднегодовой выручки за пять лет – 1 445 577 руб. (при плановом 2 045 550 руб.), операционных затрат – 1 688 569 руб. в год (при плановом 1 160 516 руб.). Т.е. при указанных значениях выручки и операционных затрат NPV будет равно нулю. Также были выполнены расчет предела безопасности по указанным переменным. Была проанализирована значимость каждой переменной для проекта, оценена возможность их прогнозирования и предел безопасности (таблица 2).

Таблица 2

Оценка критических значений переменных проекта и предела безопасности

Переменная	Факторная эластичность NPV (чем выше, тем хуже)	Значимость для проекта	Возможность прогнозирования	Критическое значение	Предел безопасности, % (чем ниже, тем хуже)
1. Объем инвестиций, руб. (I0)	0,305	низкая	высокая	-	-
2. Выручка, руб. (TR)	3,451	высокая	низкая	1 445 577	29,33
3. Операционные затраты, руб. (Cоп)	2,233	средняя	средняя	1 688 569	45,5
4. Стоимость финансирования (ставка дисконтирования), (r)	0,696	низкая	средняя	-	-

На основе данных табл. 2 была построена «матрица чувствительности» (табл. 3).

Таблица 3

Матрица чувствительности и прогнозируемости

Прогнозируемость	Чувствительность		
	Высокая	Средняя	Низкая
Низкая	I Выручка	I	II
Средняя	I	II Операционные затраты	III Стоимость капитала
Высокая	II	III	III Инвестиции

Как видим, в I-ую зону попал один фактор: *выручка*. Следовательно, именно на объемы оказываемых услуг (количество клиентов) проекта должно быть направлено основное внимание. В данном проекте это может быть активная рекламная компания, ценовое стимулирование клиентов путем предоставления различных скидок.

При этом не следует игнорировать также *операционные затраты*, которые попали в опасную желтую зону. Эластичность финансового результата проекта больше единицы, а значит несет потенциальную возможность опасных изменений результата, требует детальной оценки и разработки отдельной стратегии управления. 85 % в структуре операционных затрат занимает заработная плата. Следовательно, в случае ощутимого падения спроса и количества заказов единственным выходом по сути будет являться снижение заработной платы двум наиболее дорогостоящим сотрудникам – фотографу и фотографу-дизайнеру.

С целью анализа возможных изменений в величине выявленных опасных переменных проекта был выполнен анализ возможных колебаний этих величин. Поскольку выручка представляет собой динамический показатель, т.е. меняет свои значения по годам развития проекта, использовать ее моделировании затруднительно. Поэтому выберем для оценки второй по степени опасности показатель – операционные

Секция «Экономика предприятия»

затраты, а также величину стоимости капитала, используемого в проекте (значение ставки дисконтирования). Для расчетов используем специальную функцию Excel, которая называется «Таблица подстановки»: «Данные» → Анализ «что если...» → Таблица данных. Полученные расчеты представим в виде рис. 1. Как видно из данных, представленных на рис.1, при любом из рассмотренных вариантов развития событий чистая приведенная стоимость проекта остается положительной. Минимальное значение NPV при ставке дисконтирования 24 % и величине операционных затрат 1 310 516 руб. составляет 747 840 руб.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
1	Базовое значение NPV		Стоимость капитала (ставка дисконтирования)								
2		1 770 115	0,06	0,09	0,12	0,15	0,18	0,21	0,24	0,15	
3	Операционные затраты	1 010 516	3 311 206	2 916 715	2 573 252	2 272 938	2 009 291	1 776 950	1 571 456	Базовая стоимость капитала	
4		1 060 516	3 100 588	2 722 233	2 393 014	2 105 330	1 852 932	1 630 650	1 434 187		
5		1 110 516	2 889 969	2 527 750	2 212 775	1 937 723	1 696 574	1 484 351	1 296 917		
6		1 160 516	2 679 351	2 333 268	2 032 536	1 770 115	1 540 215	1 338 052	1 159 648		
7		1 210 516	2 468 733	2 138 785	1 852 297	1 602 507	1 383 857	1 191 753	1 022 379		
8		1 260 516	2 258 115	1 944 302	1 672 058	1 434 899	1 227 498	1 045 453	885 110		
9		1 310 516	2 047 497	1 749 820	1 491 820	1 267 292	1 071 140	899 154	747 840		
10		1 160 516									
11											
12		Базовые операционные затраты, руб.		Максимальное значение NPV					Минимальное значение NPV		

Рис. 3. Результаты анализа чувствительности NPV к изменению параметров с помощью функции Excel «Таблица подстановки»

Выводы. Таким образом, можно предложить следующие методы управления рисками инвестиционного проекта по созданию фотостудии «Фотофабрика» в г. Донецке (табл. 4).

Таблица 4

Обоснование выбора методов управления рисками

Фактор риска	Методы управления рисками					
	1. Страхование от		2. Диверсификация видов услуг	3. Создание резервного фонда	4. Активная реклама услуг	6. Заключение контрактов на фиксированные затраты
	несчастных случаев	от потери дохода				
1. Форс-мажорные обстоятельства (пожар, кража)	Приобретение страхового полиса (после принятия законодательства в ДНР)					
2. Падение спроса на услуги			Разработка новых видов услуг	Создание резервного фонда на период «мертвых сезонов»	Реклама студии в соц. сетях, визуальная реклама	
3. Падение цен на услуги						
4. Рост операционных затрат						Заключение контрактов на фиксированные затраты в течение 1 года

Таким образом, среди указанных в таблице 4 факторов риска наиболее угрожающим и вероятным считаем *риск падения спроса на услуги*. Поэтому для его снижения предлагается наибольшее количество методов управления рисками рассмотренного в магистерской диссертации инвестиционного проекта.

Список литературы:

1. Кофанов, Ю. Н. Аналогии между экономическими и электрическими моделями и исследование эластичности методами теории параметрической чувствительности / Ю.Н. Кофанов // Экономикс. – 2013. – № 3. – С.34-39.
2. Стрелина, Е. Н. Оценка и принятие проектных решений в условиях неопределенности и риска на основе метода «анализа чувствительности» / Е. Н. Стрелина // Вестник Донецкого национального университета. № 3. – 2017. – с.134-141.

Секция «Теория и практика управления экономическими системами»

Акимова Д.В., студентка
Гришина И.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
dasha.akimova98@mail.ru

**ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Актуальность. В связи с тем, что на внутреннем рынке растает конкуренция, возникает необходимость в мировом хозяйстве и практике решения стратегических задач. В свою очередь появляется необходимость исследования методологических подходов к формированию стратегии развития промышленных предприятий. Разнообразие точек зрения на процедуры, элементы процесса формирования стратегии и на саму сущность стратегии делает стратегическое управление актуальным во все времена и применимым в любой области социально-экономической деятельности.

Анализ последних публикаций. Проблемы стратегического становления фирмы освещали в собственных работах такие авторы как В.Д. Маркова, Г. Минцберг, С.А. Кузнецова, С.А. Попов, Л.И. Евенко и иные. Однако, не смотря на весомый вклад вышеперечисленных авторов в развитие теоретических и практических аспектов предметной области, вопрос не утратил своей актуальности.

Цель исследования. Анализ содержания процесса выбора стратегии, а также систематизация критериев в рамках формирования стратегии развития промышленного предприятия.

Результаты исследования. В процессе своего развития промышленное предприятие находится в постоянном взаимоотношении с разными субъектами хозяйствования: поставщиками, конкурентами, потребителями и др. И каждое взаимоотношение элементов предприятия с элементами его окружения образует стратегическую проблему, которая требует отдельного изучения, а также определение адекватной теории для ее решения.

Из многочисленных методов управленческого воздействия на стратегические проблемы промышленных предприятий можно выделить систему взаимосвязанных функций стратегического менеджмента, цель которых состоит в формировании

стратегии развития. В систему формирования стратегии входит стратегический анализ, стратегический выбор, контроль реализации стратегии.

Детальнее процесс формирования стратегии развития промышленных предприятий в условиях рыночной экономики показан на рис. 1.

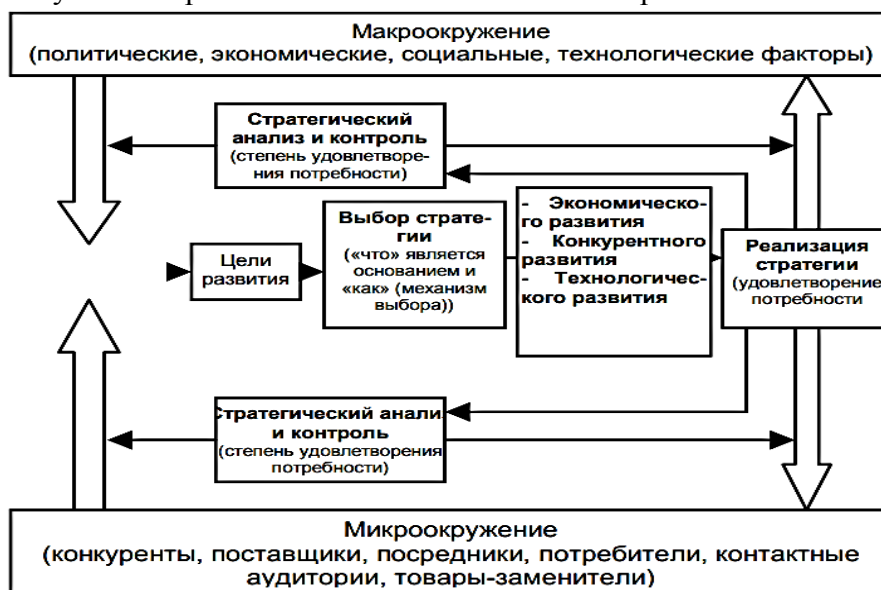


Рис. 1. Схема логики стратегического развития промышленных предприятий

Ключевым моментом в планировании развития промышленных предприятий становится процесс формирования самой стратегии. Для внедрения изменений в процесс формирования стратегии на начальном этапе рассматриваются отдельные процедуры осуществления стратегии, а затем разрабатываются новые. Данный процесс можно определить как один из бизнес-процессов организации. В соответствии с определениями понятия бизнес-процесса, исследования которых проводили отечественные и зарубежные авторы, можно сформулировать следующее определение процесса формирования стратегии развития.

Процесс формирования стратегии развития – это форма управленческих действий, состоящая из структурно взаимосвязанных процедур, которые выполняют некоторые функции стратегического менеджмента в целях создания стратегии развития предприятия. Также понятие «стратегия» можно представить в виде комбинации пяти «П» по определению Г. Минцберга. (рис. 2) [1, с. 34].



Рис. 2. Стратегия с точки зрения Г. Минцберга

Порядок действий в данной комбинации означает, что план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен при любом варианте. Перспектива устанавливает то видение, к какому состоянию необходимо стремиться предприятию. Позиция в окружающей среде определяется взаимосвязь со своим окружением. Прикрытие – действия, нацеленные на то, чтобы обойти своих противников.

Данная комбинация наглядно определяет современное понятие и понимание стратегии. Она приобретает абстрактную суть. Ей можно называть любые формы решения управленческих вопросов. Стратегия превращается чуть ли не в панацею от рыночных неудач: «Стратегию возможно сопоставить с нитью Ариадны, позволяющей между большого количества заключений в изменчивой картине ежедневных финансовых процессов отыскивать то, что приводит к ожидаемым результатам, не обращая внимания на образующиеся препятствия» [2, с. 87].

Эволюция механизма стратегического управления связана с продолжающимся ростом нестабильности внешней среды. По мере увеличения значения непостоянности управленческая практика производила различные новые способы стратегического управления, регламентирующие работу организации. Чем больше неопределенным представлялось будущее становление, тем более сложными становились механизмы стратегического управления на промышленных предприятиях.

Изучение стратегий переоплотилось в зрелую область научных познаний, имеющую собственную довольно обособленную предметную область (дилемму создания и поддержания конкурентного превосходства) в отличии от иных разделов теории менеджмента. Выявление источников этих превосходств и действенных механизмов их достижения определяет предмет теории стратегического управления [3, с. 56].

Задачей теории стратегического управления является ответ на вопросы «Какие существуют конкурентные преимущества у предприятия?» и «Каким образом их создать?»

Не обращая внимания на довольно широкий диапазон теоретических и практических разработок в области стратегического управления, почти все вопросы формирования стратегии становления предприятия довольно дискуссионные. К примеру, в теории стратегического управления существует две разветвленности: относительно процесса формирования и содержания стратегий, а также относительно внутренних и внешних источников конкурентных превосходств предприятий. Так как при этом возникает некая неопределенность внешней среды, то при процессе формирования стратегии развития предприятия следует учитывать два дополнительных фактора – это фактор времени и риска.

Первое противоречие заключается в выборе приоритета процессуального или же содержательного аспекта стратегии становления предприятий. Одни ученые предпочитают дескриптивный анализ того, как стратегии формулируются и реализуются (стратегический процесс). Вторые стараются отыскать связь между стратегическим выбором предприятий и результатами их деятельности (содержание стратегии).

Наиболее известная точка зрения второго противоречия состоит в том, что формирование стратегии развития промышленных предприятий основывается на двух подходах: первый предполагает учет ресурсных ограничений предприятия, второй – учет потребностей внешней среды [4, с. 93].

Введение универсального процесса формирования стратегии развития промышленного предприятия затруднительно, из-за динамичного развития современного мира и множественности концепций стратегии. Поэтому в теории

стратегического управления является актуальной проблема разработки методических подходов к формированию стратегии развития промышленных предприятий, которые позволят устранить методические противоречия и обосновать связи между концепциями стратегии и потребностями практики стратегического управления.

Выводы. Таким образом, чтобы стратегический процесс был ориентирован на решение практических задач предприятия и не был чисто формальной процедурой, он обязан отвечать определенным аспектам: быть простым и иметь обозримые результаты; включать только те управленческие процедуры, которые несут функциональную значимость; соответствовать особенностям управленческой системы промышленных предприятий. Для разработки оптимального процесса формирования стратегии развития следует всесторонне изучить имеющиеся методические подходы и определить, обеспечивают ли они продуктивную реализацию функций формирования стратегии промышленного предприятия.

Список литературы:

1. Минцберг, Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куин, С. Гошал. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.
2. Жигун, Л.А. 170 стратегий бизнеса / Л.А. Жигун. – М.: ДВГАЭУ, 2013. – 155 с.
3. Катъкало, В.С. Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы / В.С. Катъкало. – СПб.: Вестник, 2013. – 220 с.
4. Стюарт, Дж. Тренинг организационных изменений / Дж. Стюарт – СПб.: Питер, 2015. – 323 с.

Бублик Я.В., старший преподаватель
ГОО ВПО «Донецкий национальный медицинский
университет им. М.Горького»
kafedraozo@mail.ru

К ОСНОВАМ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ ЭКОНОМИКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Актуальность. Процесс усовершенствования здравоохранения подразумевает определенные тенденции среди многих стран мира, а также нетривиальной динамикой своего совершенствования. Современные тенденции развития направляют нас на курс ускоренного освоения системы здравоохранения. Это экономически выгодно и самое главное способствует к укреплению и восстановлению здоровья человечества.

Анализ последних исследований и публикаций. Зачастую задачи финансирования и экономики здравоохранения объединяют в одно понятие – финансовый менеджмент. Финансовый менеджмент в здравоохранении – это четко выстроенная система принципов и методов управления на макро (органы управления) и микро (учреждения здравоохранения) уровнях.

В отрасли экономики здравоохранения можно обратить внимание на два важных раздела: макроэкономика и микроэкономика. Макроэкономика показывает эффективность системы здравоохранения, а микроэкономика определяет экономичность деятельности лечебного учреждения.

Соответствие показателей общественного здоровья уровню социально-экономического развития страны является основным вопросом экономики здравоохранения.

В последние двадцать лет для всех стран мира острой проблемой экономики здравоохранения отмечено увеличение роста стоимости медицинских услуг.

Повышению расходов на здравоохранение влияют такие факторы: увеличение уровня хронических заболеваний, инвалидности, появление новейших дорогостоящих медицинских препаратов, видов лечения и технологий. Исследование роли здравоохранения в вопросах экономики основывается на подкреплении социальной, медицинской и экономической эффективности в здравоохранении.

Социальная эффективность в здравоохранении характеризует: снижение заболеваемости, преждевременную смертность, уровень рождаемости, изменение демографических показателей, санитарно-эпидемиологическую работу.

Медицинская эффективность здравоохранения – это элатив достижения результатов в медицине, которая определяет уровень изменений, стадию заболеваемости и ее тенденциозность.

Экономическая эффективность здравоохранения представляет собой авуар, который придает здравоохранению увеличение национального дохода, путем укрепления здоровья человечества и увеличения продолжительности уровня жизни.

Выполнение дифференциальных медицинских мероприятий, направленных на снижение заболеваемости (вакцинация населения против опасных и особо опасных инфекций; профилактика травматизма; профилактические осмотры) снижают экономический ущерб. Таким образом, разность между ущербом в экономике ввиду заболеваемости до и после проведения активных оздоровительных мероприятий и определяет экономический эффект в здравоохранении.

Цель исследования заключается в том, чтобы при экономическом обосновании материальных и финансовых затратах получить максимальное удовлетворение надобности человечества в медицинской помощи; определить расходы на разные виды медицинской помощи. Выявить трудовые, материальные и финансовые ресурсы при их целесообразном использовании; определить этапы повышения эффективности здравоохранения и аргументировать с экономически перспективным развитием здравоохранения.

Результаты исследования. Экономика здравоохранения – это основа для экономической деятельности системы в здравоохранении, начиная от оценки стоимости медицинских услуг, заканчивая эффективностью вложенных финансов и использованных ресурсов. Подводя итоги можно определить, что изначальной задачей микроэкономики и макроэкономики здравоохранения является определение наиболее рационального использования имеющихся денежных, материальных и кадровых ресурсов в лечебном учреждении.

Список литературы:

1. Кирса, Е.В. Экономические основы здравоохранения Российской Федерации / Е. В. Кирса // Россия: связь культуры и экономики: материалы XV международной научно-практической конференции / отв. редактор: Н. В. Улинах. – Белозерск, 2016. – С. 328-331.
2. Соловьева, Н. Л. Экономика и менеджмент в здравоохранении Российской Федерации / Н. Л. Соловьева // Экономика, социология и право. – 2016. – № 12. – С. 58-64.
3. Половникова, А. В. Менеджмент основного капитала /А. В. Половникова // Актуальные вопросы экономических наук: теория, методика, практика: материалы III Всероссийской научно-практической конференции / под редакцией А. А. Сорокина. – Москва, 2016. –С. 117-130.
4. Гуков, А. Э. Финансовый менеджмент в здравоохранении России / А. Э. Гуков // Актуальные вопросы модернизации российского менеджмента: материалы XVII

Международной научно-практической конференции / научный редактор Г. Ф. Гребенщиков. – Москва, 2014. – С. 166-173.

5. Банников, С. А. Функции экономики здравоохранения в разных странах мира / С. А. Банников // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 2 (384). – С. 190-196.

Волкова Н.В., к.э.н.
Бийский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»,
Позднякова Т.В., к.э.н.
АО «Научно-производственное предприятие «Алтик»
volkova.nv@bti.secna.ru, ptv-bti@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ НАПОЛНЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СЕЛЬСКИХ РАЙОНОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00233 «Факторы территориальной лояльности жителей сельских поселений (на примере Алтайского края)».

В публикациях часто отмечается, что открытость и доступность информации стали в последние годы одним из актуальных вопросов в процессе повышения эффективности государственного и муниципального управления в России. Нормальное функционирование всех механизмов государства возможно только при наличии хорошо налаженного контакта между властными институтами и общественными структурами. На сегодняшний момент реалии таковы, что основная деятельность по обеспечению открытости и доступности информации направлена на совершенствование информационных порталов органов власти федерального и регионального значения [5, с. 49–50]. Очевидно, что сеть Интернет уже превратилась в общепризнанный информационный канал, роль которого в социально-политической жизни общества неуклонно растет. Так, Интернет позволяет гражданам в режиме реального времени на официальных порталах получать полную информацию о деятельности органов государственной власти [7, с. 94].

Сайты органов местного самоуправления, кроме того, могут быть рассмотрены и как инструменты маркетинга территорий, например, как средство *Public Relation* [6, с. 376]. Необходимо пояснить, что маркетинговый подход к управлению территориальным развитием предполагает использование отличительных характеристик местности, способных либо улучшить ее имидж [1, с. 102–103], либо обеспечить экономический рост [4, с. 18–19], либо просто привлечь внимание к ней со стороны инвесторов [3, с. 184], туристов, лиц, желающих сменить место жительства и т.д. за счет удовлетворения их потребностей. Гипотетически, именно такие отличительные особенности территории, выявляемые или создаваемые при помощи маркетинговых подходов, должны формировать ее конкурентоспособность за счет благоприятного инвестиционного климата и комфортных условий для проживания. Исходя из представленных рассуждений, повышение конкурентоспособности территории неразрывно связано с увеличением доли территориально лояльного населения, склонного к созданию семьи и рождению детей в районе своего

проживания, организации собственного бизнеса, поиску работы и построению карьеры на предприятиях своего или близлежащих населенных пунктов.

В данном контексте исследовательский интерес вызывает вопрос о том, оказывает ли сегодня информационная открытость значимое влияние на формирование лояльности жителей к занимаемой ими территории. Для ответа на данный вопрос, очевидно, необходимо определиться с показателями оценки информационной открытости органов власти и индикаторами территориальной лояльности жителей территории.

К настоящему времени в литературе представлено несколько подходов к проведению анализа официальных сайтов органов власти. Например, в работе [2] приводится анализ информационной открытости 30 муниципальных администраций Республики Башкортостан на примере наполнения официальных веб-сайтов. Некоторые исследователи предлагают методики количественной оценки официальных порталов органов местного самоуправления, например, Е.А. Кутузов предлагает проводить такой количественный анализ, рассчитывая интегральный показатель как сумму показателей разделов сайта [5, с. 50–51].

Что же касается количественной оценки территориальной лояльности населения, то методик ее проведения в результате анализа литературы обнаружено не было. Предварительно, на поисковом этапе исследования, в качестве индикатора территориальной лояльности нами была принята величина миграционного потока на конкретной территории. Поясним, что миграционный поток рассчитывается как частное от деления разности притока и оттока населения территории на численность жителей на начало определенного периода.

Объектом проводимого исследования являются сельские районы Алтайского края (59 муниципальных образований). Учитывая дискуссионность оценки территориальной лояльности только с учетом величины миграционного потока, на текущем поисковом этапе исследования принято решение провести не количественную оценку информационной открытости официальных сайтов администраций районов, а контент-анализ их содержания.

В данной статье представлены первые результаты контент-анализа официальных интернет-порталов сельских районов Алтайского края, миграционный приток населения в которые является относительно высоким. К таким районам относятся: Ельцовский, Петропавловский, Целинный, Тальменский, Первомайский, Зональный районы. Все районы имеют официальные порталы органов местного самоуправления.

В результате проведенного контент-анализа установлено, что публикационная активность районных администраций значительно варьируется – от довольно низкой в Ельцовском, Петропавловском районах (для них в рассмотрение был принят период с 2017 г. до настоящего времени), до очень высокой в Первомайском, Целинном, Тальменском районах (рассмотрен только 2019 год).

Стилистика публикаций, по большей части, объединяет в себе черты официально-деловой (для информационных сообщений) и публицистической; явно отличается Ельцовский район, на сайте которого практически все публикации имеют выраженную официально-деловую стилистику. Также можно отметить Тальменский район – здесь, напротив, большая часть публикаций написана в стилистике СМИ, прослеживается журналистская проработка (привлекающие внимание заголовки, интрига, компоновка материала и т.д.).

Эмоциональная окраска абсолютного большинства публикаций носит нейтральный или положительный характер (последние, как правило, посвящены позитивным новостям о достижениях района, примечательных людях, имеют патриотическую направленность).

К темам-лидерам относятся:

- культура, искусство, спорт, массовые мероприятия (тема занимает первое место в рейтинге для всех районов, кроме Ельцовского). Как правило, на сайтах публикуется много материалов о результатах спортивных мероприятий (в анализируемом периоде наиболее ярким событием для большинства районов стала зимняя спартакиада); конкурсов в различных областях искусств; поднимаются вопросы библиотечного обеспечения, размещаются анонсы и отчеты о проведении культурно-массовых, развлекательных, патриотических, образовательных мероприятий; т.к. для большинства районов был проанализирован зимний период активности – востребованной стала тема работы в районах «Снежного десанта»;

- здравоохранение, образование, социальная защита и реабилитация, благотворительность; медицинское и социальное страхование. Приоритеты по районам различаются. Например, защита материнства и детства лидирует в Первомайском районе, обязательное медицинское страхование – в Тальменском. Проблемам образования, как ни странно, посвящены единичные публикации, хотя основной тезис, неоднократно озвученный респондентами в ходе глубинных интервью с жителями сельских районов Алтайского края: «село живет, пока жива в нем школа, не станет школы – и село состарится за считанные годы, останутся только «дожители»;

- деятельность органов местного самоуправления; прием граждан, созыв депутатов, сессии, расходование бюджета; предоставление госуслуг. В данном тематическом разделе скомпонована, как правило, наиболее формализованная, безличностно подаваемая информация;

- правоохранение, контакты с МВД, защита граждан, мошенничество, безопасность, ориентировки.

Таким образом, интернет-порталы администрации муниципальных районов Алтайского края, характеризующиеся относительно высоким уровнем миграционного притока, являются достаточно наполненными информационно. На следующем этапе исследования будет проанализирована информационная наполненность сайтов администраций тех районов, миграционный отток населения из которых является достаточно высоким.

Список литературы:

1. Академия рынка: маркетинг / науч. ред. А.Г. Худокормов. – М.: Экономика, 1993. – 571 с.

2. Газизова, Л.И. Сайты Администрации муниципальных образований Республики Башортостан / Л.И. Газизова, А.М. Шаяхметов // Вестник. Муниципальная хроника 2013-2014. – Уфа: Мир печати. – 2014. – С. 89–96.

3. Гапоненко, А.Л. Стратегия социально-экономического развития: страна, регион, город: учебное пособие / А.Л. Гапоненко. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 223 с.

4. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 390 с.

5. Кутузов, Е.А. Рейтинговая оценка сайтов администраций муниципальных образований на предмет открытости и доступности информации / Е.А. Кутузов // Конкурентоспособность территорий: Тезисы конкурсных работ финалистов XIX Всероссийского экономического форума научно-исследовательских работ молодых ученых и студентов. VII Евразийский экономический форум молодежи. Ответственные за выпуск Я.П. Силин, М.С. Марамыгин, В.Ж. Дубровский, Е.Г. Анимица,

В.Е. Ковалев. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет. – 2016. – С. 49-51.

6. Микулин, И.В. Формально-содержательные характеристики официального сайта администрации Ракитянского района Белгородской области / И.В. Микулин, С.В. Крюкова // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации: Сборник научных работ по материалам международной научно-практической конференции. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак, С.В. Ушаковой. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ». – 2017. – С. 376-379.

7. Шапкина, Е.В. Интернет в системе средств массовой информации и особенности его восприятия в общественном сознании / Е.В. Шапкина // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2. – Т. 2. – С. 94–98.

Деревянко Д.А., студент
Гришина И.В. к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
natatenko@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ «МАТРИЦЫ-РАЗВЕРТКИ» В ПРОЦЕССЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Формирование социально-ориентированной рыночной экономики актуализирует необходимость создания систем на уровне субъектов хозяйствования, позволяющих максимально эффективно использовать все виды ресурсов предприятия, поэтому эффективное управление внутренней средой предприятия можно рассматривать как основу его развития, обеспечиваемое согласованием индивидуальных и организационных целей.

Анализ последних исследований и публикаций. Различные аспекты управления внутренней средой предприятия нашли свое отражение в работах ряда ученых: Альберта М., Андерсена Б., Виноградовой О., Виханского О., Волковой Л., Гэлловей Л., Каблашовой И., Липунцова Ю., Масааки И., Мескона М., Митяева Н., Репина В., Робсона М., Ротера М., Сурмина Ю., Федюкина В., Хаммера М., Харрингтона Д., Хедоури Ф. Отдавая должное научной и практической значимости трудов вышеназванных авторов, необходимо отметить, что определенный круг задач в рамках данного направления требует дальнейшего развития.

Цель исследования. Целью данной работы является исследование подходов к совершенствованию системы управления внутренней средой предприятия на основе принципов партисипативного управления и концепции управления по целям.

Результаты исследования. В экономической литературе под внутренней средой понимается хозяйственный организм предприятия, включающий управленческий механизм, направленный на оптимизацию его хозяйственной деятельности [4]. Она включает в себе тот потенциал, который даёт возможность предприятию функционировать, а, следовательно, существовать и выживать в определённом промежутке времени. Но внутренняя среда может также быть и источником проблем и даже гибели предприятия в том случае, если она не обеспечивает его необходимого функционирования, если индивидуальные и организационные цели не согласованы [1].

Менеджер формирует и изменяет, когда это необходимо, внутреннюю среду предприятия, представляющую собой органичное сочетание ее внутренних

переменных. Внутренние переменные – это ситуационные факторы внутри предприятия. В теории выделяют социальную и техническую компоненты внутренней среды организации, при этом важно обеспечить согласованность организационных и индивидуальных целей в процессе управления во избежание сбоев в работе системы.

Поиск новых, более усовершенствованных подходов к управлению на отечественных предприятиях целесообразно осуществлять на основе опыта ведущих стран. Особое внимание в процессе управления внутренней средой предприятия следует уделить привлечению персонала к управленческим процессам организации труда. Так, например, в США применяются четыре формы привлечения персонала к управлению:

- 1) участие работников в управлении трудом и качеством продукции;
- 2) создание рабочих советов или комитетов менеджеров и рабочих;
- 3) внедрение системы участия персонала в полученной прибыли;
- 4) участие в работе советов директоров корпораций [4].

Рыночные реалии действительности диктуют необходимость перехода к более новым, действенным и эффективным подходам в управлении внутренней средой предприятия. Примером может послужить действующая во Франции – «матрица-развертка», в которой детализированы и наглядно представлены все направления работы, сроки и исполнители, ответственные за выполнение конкретных заданий [2]. Матрица-развертка представляет собой совокупность четырех взаимосвязанных блоков (бюджетное планирование, ответственность и планирование, стратегии функционирования и развития, контроль выполнения), каждый из которых содержит специфическую информацию о текущей деятельности предприятия и выполняет определенные функции.

Путем составления матрицы-развертки обеспечивается согласование целей всех уровней, при котором личные цели работников образуют главный уровень целей организации. Следовательно, пока цели на индивидуальном уровне не будут интегрированы с целями на организационном уровне, любые запланированные мероприятия никогда не будут приняты. На каждом отдельном уровне предприятие само формирует и разбивает цели, в зависимости от степени приоритетности, составляются фрагменты и детали задания и определяются сроки и степень ответственность сотрудников, участвующих в этой раскладке. В результате своих действий каждый сотрудник может видеть, как его деятельность влияет на выполнение общих задач, что способствует повышению эффективности работы предприятия, а также мотивации отдельных лиц и коллектива в целом [2].

Использование матрицы-развертки обеспечивает следующие преимущества для организации упорядоченного процесса управления внутренней средой предприятия:

- позволяет скоординировать усилия отдельных работников и подразделений и сосредоточить ресурсы там, где это действительно необходимо;
- ориентирует сотрудников на достижение организационных целей, поскольку становится очевидным, что только в этом случае есть возможность достичь индивидуальные цели;
- обеспечивает возможность измерить процесс движения к целям;
- позволяет своевременно осуществлять корректирующие мероприятия в случае выявления целевых отклонений [2].

Аналогичный подход широко применяется в Японии для стратегического планирования качества продукции. Он основывается на составлении долгосрочного плана сроком на 3-5 лет с формированием ключевых целей деятельности. Особенностью подхода является то, что каждый работник имеет право включить в этот план свою задачу, которая учитывается, что тем самым повышает у работников

осознание своей значимости и положительно отражается на эффективности функционирования предприятия [3].

Выводы. Таким образом, в сложных условиях хозяйствования отечественные предприятия все больше нуждаются в применении эффективного зарубежного опыта при организации управления внутренней средой. В связи с этим необходимо расширять и совершенствовать теоретико-методические подходы к управлению внутренней средой предприятий, ориентируясь на отлично зарекомендовавшие себя в мировой практике принципы, модели, подходы, что положительным образом отразится на достижении поставленных целей предприятия.

Список литературы:

1. Адлер Ю. П. Методы постоянного совершенствования сквозь призму цикла Шухарта-Деминга / Ю. П. Адлер, Е. И. Хунузиди, В. Л. Шпер // Методы менеджмента качества. – 2005. – №3. – С. 21-26.

2. Андерсен, Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен; пер. с англ. С. Ариничева; науч. ред. Ю. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.

3. Гришина, И.В. Анализ основных методов управления качеством бизнес-процессов на предприятии / И.В. Гришина, К.С. Безгин // Вісник Хмельницького національного університету, серія Економічні науки, Хмельницький. – 2009. – Т.1 (129), №3. – С. 89-98.

4. Мескон, М. Основы менеджмента: учебник / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Вильямс, 2017. – 672 с.

Дроздова М.А., студентка

Горбань С.Н., к.э.н, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

masha_drozdova98@mail.ru

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ

Актуальность исследования. Коммуникационные стратегии, несомненно, пронизывают абсолютно все иерархические уровни компании. Согласно определению «стратегия» идентифицируется как генеральная концепция компании, направленная на определение долгосрочных и масштабных целей и указывающая важнейшие направления деятельности компании и разумное распределение ресурсов. В условиях конкуренции и преобразования информационно-коммуникационной среды создание стратегии является первостепенной целью для компаний. Следовательно, это и определяет актуальность данного исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению коммуникационных стратегий в организации посвящено множество работ отечественных и зарубежных авторов, таких как Виханский О.С., Томилова В.В., Э. Шейн, Г. Минцберг и многих других.

Цель исследования. Анализ необходимости наличия коммуникационных стратегий в системе менеджмента компании.

Результаты исследования. В системе менеджмента организаций особое внимание, прежде всего, уделяется перспективному развитию. Коммуникационная

среда современной организации входит непосредственно в инструментарий менеджмента, благодаря которому и реализуется слаженное развитие внутренней и внешней коммуникации компании. Стоит отметить, что от успешного применения инструментария менеджмента для образования позитивных взаимоотношений с группами общественности зависит хозяйственная деятельность организации. Таким образом, создание и реализация коммуникационных стратегий являются актуальными в системе менеджмента организации.

Сегодня управление коммуникациями — часть стратегического управления компанией. Очевидным является утверждение о том, что первостепенная роль руководства организации и топ менеджмента состоит, в первую очередь, в видении перспективы и определении направленности деятельности. Для успешных организаций характерна целенаправленность, то есть наличие программы действий по выполнению поставленных задач.

Коммуникационная стратегия — долгосрочная программа достижения первостепенных коммуникационных целей организации непосредственно в границах ее маркетинговой стратегии. Ее главная задача — предоставление, прежде всего, информационной поддержки стратегии развития бизнеса организации.

Стратегия определяет непосредственно вектор деятельности организации на долгосрочную перспективу, область и масштаб данной деятельности. Разработка стратегии подразумевает, во-первых, сбор огромного количества информации, во-вторых, исследование ее и принятие решений на основе сделанных выводов. Принятие и выработка стратегий осуществляется той частью сотрудников в организации, которая имеет полномочия принимать решения касательно направления деятельности компании, ее целей, задач и функций.

В XX веке преобладали три ключевых типа стратегий: производственно-ориентированные, рыночно-ориентированные и клиентоориентированные. В стратегиях новой экономики, в свою очередь, стала расти роль коммуникаций. Причинами увеличения значения коммуникаций в бизнес-стратегиях стали:

- открытость в активной информационной политике организаций;
- рост значения нематериальных активов;
- глобализация конкуренции;
- новые решения в сфере связей с общественностью и уменьшение расходов на коммуникационное взаимодействие.

Основные изменения во внешних коммуникациях, которые повлияли на образование новых стратегий, состоят в следующем:

- моделирование отношения к обществу как социальному партнеру;
- демонстрация философии бизнеса и партнерского отношения.

Перемены во внутренних коммуникациях связаны непосредственно с увеличением эффективности деятельности организаций за счет высвобождения личностного и творческого потенциала сотрудников. Задачей внутренних коммуникаций является, прежде всего, потребность в преодолении инерции занятых сотрудников, определить их потенциал и направить его на цели бизнеса. Беря во внимание растущую роль коммуникаций в достижении стратегических целей организации, становится необходимым моделирование коммуникационной политики, основными элементами которой являются коммуникационные цели и коммуникационные стратегии.

В современных организациях коммуникационная стратегия является существенной частью общей стратегии и отображает набор эффективных коммуникационных инструментов влияния на целевые группы общественности.

Коммуникационная стратегия напрямую связана с планированием коммуникационной деятельности как внутри организации, так и извне.

Можно выделить три вида коммуникационных стратегий:

- конвенциональная стратегия ориентирована на обеспечение согласия целевых групп общественности с особенностями позиционирования компании (товаров и услуг);

- конфликтная стратегия применяется для преодоления конфликтных ситуаций и управления отношениями с участниками;

- манипулятивная стратегия ориентирована на захват смыслового коммуникационного пространства и навязывание коммуникантам собственной стратегии и видения действительности.

Назначение коммуникационной стратегии состоит непосредственно в предоставлении информационно-коммуникационной поддержки общей стратегии развития бизнеса организации.

В системе менеджмента фирмы коммуникационная стратегия рассматривается на таких уровнях:

- на корпоративном уровне – способствует выявлению и анализу коммуникационных проблем и возможностей построения результативных коммуникаций с целевыми группами общественности;

- на конкурентном уровне – фокусируется на достижении конкурентного преимущества при помощи программ, предназначенных для разработки, укрепления или защиты репутации бренда, для построения сети четкого взаимоотношения с различными группами общественности.

Инструментом коммуникационной стратегии является стратегическое управление коммуникациями, которое предполагает решение вопросов инициации, направления и контроля над коммуникациями и информационно-коммуникационными процессами в контексте фирмы и в рамках осуществляемой политики.

Вывод. Коммуникационная стратегия – многообещающий план любого социального взаимодействия между целевыми группами общественности для получения запланированных результатов в коммуникационной среде. Следовательно, формирование коммуникационных стратегий является важной частью общей политики организации и на современном рынке становится обязательным инструментом формирования долгосрочных эффективных коммуникаций со стейкхолдерами.

Список литературы:

1. Виханский, О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — Москва: «Экономист», 2014. — 528 с.
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика / Ф. Китчен. — пер. с англ. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. — 454 с.
3. Минцберг, Г. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альтстранд, Ж. Лампель. — пер. с англ. — Москва: «Альпина Паблишер», 2013. — 367 с.
4. Яковлев, И. П. Стратегические коммуникации / И. П. Яковлев. — Санкт-Петербург: Издво СПбГУ, 2006. — 184 с.

Иванченко А.Е., студентка
Кравец Е.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
evg.ivan4enko71@yandex.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКО-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ДОНБАССА

Актуальность. Высокое сосредоточение промышленности и сельскохозяйственной деятельности Донбасса в сочетании с высокой плотностью населения, создали чрезвычайно высокую техногенную и антропогенную нагрузку на биосферу. Несмотря на снижение уровня производства, в результате которого общее количество загрязнений существенно уменьшилось, нагрузка на окружающую среду по-прежнему остаётся одной из главных проблем.

Экологическую ситуацию в регионе можно охарактеризовать как угрожающую, которая формировалась на протяжении длительного периода. Экономике характерен высокий удельный вес ресурсоемких и энергоемких технологий, внедрение и наращивание которых осуществлялось без строительства очистных сооружений. Это привело к значительному ухудшению окружающей среды, чрезмерному загрязнению поверхностных и подземных вод, атмосферного воздуха и земель, накоплению в очень большом количестве вредных выбросов производства. Такие процессы продолжались десятилетиями и привели к ухудшению самочувствия людей, вследствие этого очевидно, что экологизация производства является актуальной и острой задачей. Однако, внедрение экологических технологий требует больших экономических затрат, поэтому необходимо стимулирование предприятия для внедрения передовых технологий.

Анализ последних исследований. Теоретическую основу работы составляют фундаментальные исследования отечественных и зарубежных авторов, таких как Рене Пассе, В.П. Ануфриев, Ю.В. Грищенко, В.К. Воронов, В.С. Данилов, Н.К. Кожевников и др. Однако, следует отметить, что недостаточное внимание уделяется вопросам экологизации деятельности предприятий.

Цель исследования. Рассмотреть теоретические аспекты эко-технологий, а также механизмы стимулирования предприятий в снижении объёмов загрязняющих выбросов в окружающую среду.

Результаты исследования. Разработка новых технологических процессов, на основании которых может быть создано безотходное производство, обеспечит не только высокие технико-экономические показатели, но и комплексное использование природных ресурсов. Однако по техническим и экономическим причинам переход к безотходной технологии в одночасье осуществить невозможно. Но существует альтернативный вариант – это постепенный переход сначала к малоотходным, а затем – к безотходным замкнутым циклам для рационального природопользования и охраны окружающей среды.

Эко-технология (безотходная технология) – совокупность методов и инструментов рационального и эффективного использования природных ресурсов без нанесения вреда окружающей среде отходами, состоящая из следующих элементов и процессов: «сырьё–процесс производства – потребление – вторичное сырьё – производство – готовая продукция». Данная технология представляет собой замкнутый цикл, осуществляющийся в естественных экологических системах, в которых происходит круговорот веществ. Создание безотходного производства – непростая и продолжительная задача. Для ее решения необходимо устранить экономические,

организационные и технологические факторы, которые могут замедлить разработку безотходного производства.

Основными направлениями внедрения эко-технологий для ведущих отраслей промышленности Донецкой Народной Республики, негативно воздействующих на окружающую среду, являются черная и цветная металлургия, а также энергетика.

В черной и цветной металлургии необходимо внедрение безотходных и малоотходных технологий, которые обеспечивают рациональное и эффективное использование рудничного сырья:

- переработка газообразных, жидких и твердых отходов производств, уменьшение вредных веществ в отходящих газах и сточных водах;
- применение отвальных твердых отходов горного и обогащительного производства как строительные материалы, дорожные покрытия и т. д. взамен специально добываемых минеральных ресурсов;
- потребление ресурсосберегающих процессов, которые позволят улучшить переработку сырья, снизить расход энергоносителей, уменьшить объем выбросов и негативное влияние на окружающую среду;
- стремительное снижение расхода свежей воды и уменьшение объёмов сточных вод посредством дальнейшего развития и внедрения безводных технологических процессов и бессточных систем водоснабжения;
- разработка и внедрение на металлургических предприятиях высокоэффективного очистного сооружения и оборудования.

В энергетике возможно применение новых методик сжигания твердого топлива, а также оборудования с наименьшим уровнем выбросов вредных веществ в окружающую среду; создавать эффективные системы очистки газов от азота, пыли и серы; использовать экологические источники энергии термальных вод, солнечную энергию, ветра и воды [4].

Для каждой организации, в зависимости от особенностей ее отходов, необходимо создавать определенные очистные сооружения, для которых подбираются соответствующие способы очистки:

1) Химическая – на стоки воздействуют химическими элементами, преобразовывая растворимые соединения в нерастворимые. Так, при добавлении щелочи возможна очистка от кислот и, наоборот, используя кислоты, осуществляется очистка от щелочей. Сооружения для очистки газообразных выбросов очень дорогостоящие. Для того чтобы уменьшить выбросы оксида и сероводорода, используют щелочной дождь, через который пропускают насыщенные газами выбросы, в результате получают соль и воду. В качестве поглотителей-фильтров применяют также специальные адсорбенты: активированный уголь, алюмогель, силикагель, смолы-иониты.

2) Механическая – жидкие стоки отстаиваются, при этом оседают твердые частицы. Кроме того, применяют песчаные и песчано-гравийные фильтры, которые удерживают более легкие взвешенные частицы, не осевшие в отстойниках. В некоторых случаях используют и центрифугированные процессы, при которых загрязняющие вещества выводятся в крупных сепараторах. Механически отделяют нефтепродукты, всплывающие на поверхность в отстойнике. Для очистки газов могут использовать специальные пылеосадочные камеры и центрифуги (циклоны), матерчатые фильтры.

3) Методы биологической очистки особо важны, так как значительный объем загрязняющих веществ, который не удастся отфильтровать или извлечь электролизом, – это растворенные в воде органические вещества.

4) Физико-химическая – с помощью электролиза сложные соединения преобразовываются в более простые и извлекаются металлы, кислоты и прочие неорганические соединения. Для выделения наиболее опасных или ценных загрязнителей, использующиеся для дальнейшей переработки, используют ионообменные смолы в качестве губки для впитывания этих веществ.

5) Огневая – распыленные стоки впрыскиваются в пламя больших горелок. Эта методика дорогостоящая, но позволит «расколоть» ядовитые вещества, не поддающиеся иным химическим или биологическим способам очистки. Огневой метод используют и при переработке бытовых отходов [1].

Химические загрязнения являются самыми распространенными, поэтому для снижения их негативного воздействия используют три основных способа:

- Разбавление. Даже очищенные стоки разбавляют в 10 раз (а неочищенные - в 100-200 раз). На предприятиях реконструируют высокие трубы, чтобы исходящие газы и пыль равномерно рассеивались. Этот способ малоэффективный в уменьшении негативного воздействия на окружающую среду, допустимый лишь как временная мера.

- Очистка. Это основной способ снижения уровня выбросов вредных веществ в окружающую среду. Но при этом в результате очистки появляется большое количество концентрированных жидких и твердых отходов, которые также приходится хранить.

- Замена старых технологий новыми – малоотходными. За счет более глубокой переработки происходит значительное уменьшение количества вредных выбросов. Отходы от одного производства становятся сырьем для другого (например, из сернистого газа, выбрасываемого ТЭЦ, производят серную кислоту).

В учебнике «Экономика природопользования» С.В. Макаром и В.Г. Глушковой были разработаны специальные экономические механизмы с целью заинтересованности предприятий в снижении объемов выбросов в окружающую среду. Предприятия будут получать разрешение на выброс определенного количества отходов и оплачивать нанесенный природе ущерб, а за превышение нормы плата взимается в десятикратном размере [3].

Также возможно использование экономических методов управления в области природопользования, к которым относятся:

1. Льготы (налоговые, кредитные и т.д.).
2. Налогообложение экологически вредной продукции и технологии.
3. Поощрительные цены и надбавки на экологическую продукцию.
4. Государственная поддержка производства природоохранного оборудования.
5. Экологические субсидии.

Предлагаемые инструменты будут способствовать сосредоточению внимания предприятий на разработке и внедрении в хозяйственную деятельность экологических и безотходных технологий, а также повышению эффективности мероприятий по защите окружающей среды.

Выводы. В нынешнее время с целью снижения негативного воздействия на окружающую среду все больше внимания уделяется разработке эко-технологий. К таким эко-технологиям относятся: кооперирование разных производств; создание замкнутости материальных потоков сырья, продукции и отходов; замена производственных технологий малоотходными технологиями; выпуск продукции с длительным сроком жизни и пригодной для возвращения в производственный цикл; совершенствование процессов очистки производственных выбросов; разработка и внедрение эффективных средств утилизации отходов.

Вышеперечисленные эко-технологии рекомендуются к применению для предприятий Донбасса, что позволит им улучшить экологические аспекты

деятельности в целом, решать конкретные экономические и природоохранные задачи, повысить конкурентоспособности, снизить отрицательное воздействие на окружающую среду и т.д.

Список литературы:

1. Афанасьев, Я.В. Экономические основы управления переработкой отходов металлургического производства / Я.В. Афанасьев. – Мн.: БНТУ, 2015 г. – 215 с.
2. Воронов, В.К. Основы современного естествознания. – М.: Высш. шк., 2015. – 156 с.
3. Макар, С.В. Экономика природопользования / С.В. Макар, В.Г. Глушкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 140 с.
4. Константинов, В.М. Экологические основы природопользования / В.М. Константинов, Ю.Б. Челидзе // Научный журнал. – М.: Юрлитинформ, 2014. – 77 с.
5. Хаскин, В.В. Экология: Учебник для вузов / В.В. Хаскин. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 110 с.
6. Передача новых экологических технологий в 21 веке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nett21.gec.jp/gec/database/> (дата обращения 15.04.2019).

Кириченко К.Р., студентка
Еременко А.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
karina.kirichenko2017@yandex.ua

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОПРОСУ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В современных условиях ведения хозяйственной деятельности возрастает значимость оптимизации структуры капитала предприятия, поскольку оптимальное соотношение собственных и заемных средств позволяет ему максимально реализовать свои производственные возможности и повышать финансовую результативность. К сожалению, в национальной экономике большинство предприятий не уделяют достаточного внимания этому вопросу, изменяя структуру собственного капитала в зависимости от сиюминутных задач и не проводя углубленного анализа последствий таких изменений.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблемы формирования оптимальной структуры капитала предприятий посвятили научные труды такие зарубежные ученые-экономисты, как: Ф. Бансел, З. Боди, Р. Брейли, Ю.Ф. Бригхем, Дж. К. Ван Хорн, Дж. М. Вахович, А. Дамодаран, С. Майерс, Ю. Митту, Ф. Модильяни, М. Миллер, С. Росс, С. Титман, М. Френк, К. Харви, М. С. Эрхард и др.

В отечественной экономической литературе по данной проблеме можно выделить работы В.Б. Акулова, Ю.А. Арутюнова, Л.Е. Басовского, И.А. Бланка, В.В. Бочарова, А.Н. Гаврилова, А.Г. Грязнова, И.В. Ивашковской, В.В. Ильина, А.Ф. Ионова, В.В. Ковалева, М.Н. Крейнина, В.Е. Леонтьева, И.Я. Лукасевич и др.

Характеризуя состояние изученности проблемы управления структурой капитала на отечественных предприятиях, следует отметить, что анализ современной монографической и периодической литературы позволяет сделать вывод о недостаточной теоретической и практической разработанности вопросов в данной

области. Сложность и многогранность процесса оптимизации структуры капитала предприятия требуют совершенствования организационно-методического обеспечения процесса определения оптимального соотношения его собственных и заемных средств.

Цель исследования. Выявление и анализ теоретических особенностей процесса оптимизации структуры капитала субъектов хозяйствования.

Результаты исследования. Формирование структуры капитала предприятия должно учитывать ряд особенностей. А именно, соответствует ли политика финансирования предприятия стратегическим задачам, стоящим перед ней; всегда ли управленческие решения, принятые в сфере привлечения капитала, ведут к росту рыночной стоимости активов предприятия. Чтобы всесторонне изучить этот вопрос, необходимо проанализировать результаты теоретических исследований в данной сфере.

Прежде всего, рассмотрим понятие «структура капитала». Так Н.А. Федоренко считает, что структура капитала – это соотношение (удельный вес) образующих его элементов. Структура капитала характеризуется соотношением собственных и заемных средств, используемых предприятием в процессе хозяйственной деятельности.

Теория оптимизации структуры капитала тесно взаимосвязана с теориями стоимости капитала и рыночной стоимости предприятия благодаря сравнению стоимости привлечения собственного и заемного капитала и анализа влияния различных источников финансирования на рыночную стоимость предприятия.

Собственный капитал – это собственные источники предприятия, которые без определения срока возврата внесены учредителями или реинвестированы из чистой прибыли.

Заемный капитал предприятия – это средства, которые привлекаются для финансирования хозяйственной деятельности предприятия на принципах срочности, возвратности и платности. Привлеченный капитал в виде заемных средств, можно вовлекать в хозяйственную деятельность, используя внешние и внутренние источники.

С середины XX века было выдвинуто ряд теорий, по оптимизации структуры капитала предприятия, которые учитывали влияние различных факторов.

Согласно теории Миллера-Модильяни (1958 г.), цена предприятия, то есть рыночная оценка его капитала, не зависит от величины заемных средств и может быть рассчитана по величине операционной прибыли и требуемой доходности акционерного капитала при нулевом финансовом рычаге.

Рыночная стоимость компании таким образом может быть определена капитализацией операционной прибыли и никоим образом не зависит от структуры капитала предприятия.

Рыночная стоимость (V_0) равна сумме рыночной стоимости оплаченного капитала (V_{e0}) и рыночной стоимости долга (D_0):

$$V_0 = V_{e0} + D_0. \quad (1)$$

В связи с этим в финансовом менеджменте вводится понятие финансового леввериджа, который характеризует степень эффективности использования предприятием собственного капитала и определяет, насколько велика зависимость предприятия от заемных средств. Финансовый левверидж является важной характеристикой при разработке структурной политики управления капиталом.

М. Бреннан, Е. Шварц и Х. Леланд в своей компромиссной теории (теории стационарного соотношения) рассматривали влияние на оптимальную структуру капитала таких факторов, как налогообложение прибыли и издержки банкротства. Они отмечали, что оптимальное значение финансовой структуры капитала определяется

путем нахождения точки компромисса с учетом вышеупомянутых факторов. Структура капитала формируется в определенных условиях, которые определяют соответствие уровня доходности и риска используемого капитала. Нахождение компромисса относительно влияния данных условий на состояние предприятия согласно данной теории является основой формирования структуры капитала.

Анализ компромиссной концепции позволяет сделать вывод, подтверждающий факт увеличения риска банкротства при росте величины заемного капитала. Кроме того, выделение в хозяйственной деятельности предприятия отдельных стадий, отличающихся по критерию «удельный вес заемного капитала», позволяет сделать вывод, что в каждом конкретном случае необходим индивидуальный подход к оптимизации структуры капитала.

Кроме того, анализ литературных источников показал, что существуют и альтернативные теории поиска оптимальной структуры капитала предприятия. Среди них выделяется теория иерархии Г. Дональдсона. Основные принципы данной теории заключаются в следующем:

- предприятия предпочитают внутренние источники финансирования;
- размер дивидендных выплат предприятия устанавливается в соответствии с его инвестиционными возможностями;
- стабильная и умеренная дивидендная политика означает, что потоки денежных средств, полученных за счет собственных источников, могут превышать объем капиталовложений;
- в случае необходимости внешнего финансирования, предприятие сначала выпускает надежные ценные бумаги.

Кононов О.Ю. предлагает для практической оптимизации структуры капитала предприятия использовать имитационную модель, построенную на основе метода Форрестера. Эта модель позволяет на основе нескольких входных переменных, двух величин (фонд оплаты труда и объем заказов), совокупности определенных управляющих параметров и системы конечно-разностных уравнений смоделировать динамику финансовых потоков предприятия и оценить исходную структуру его капитала и финансовое состояние.

При таком подходе оптимизации структуры капитала можно выделить несколько критериев:

- стоимость предприятия в целом;
- максимальная цена акций компании;
- оптимальное соотношение рентабельности собственного капитала и финансовой устойчивости предприятия.

В итоге при этом оптимальная структура капитала предприятия:

- должна отвечать основным целям и задачам в области финансирования предприятия;
- должна быть обоснована;
- должна обеспечивать минимальные затраты на ее формирование.

Также отметим, что одним из факторов оптимизации структуры капитала является стадия жизненного цикла предприятия. Предприятия, находящиеся на ранних стадиях своего жизненного цикла и которые производят конкурентоспособную продукцию, могут в своей деятельности использовать более высокую долю заемного капитала. Уровень финансовых рисков на этих предприятиях высок, и это учитывают их кредиторы. Предприятия, находящиеся в стадии зрелости, в большей степени должны использовать собственный капитал.

Кроме того, анализ литературы подтверждает, что большинство авторов выделяют три базовых метода оптимизации структуры капитала:

1. Оптимизация структуры капитала по критерию максимизации уровня прогнозируемой рентабельности собственного капитала. Этот метод характеризуется многовариантными расчетами уровня финансовой рентабельности предприятия и использованием показателя финансового рычага.

2. Оптимизация структуры капитала по критерию минимизации его стоимости. Для наиболее достоверного определения стоимости предприятия используется предварительная оценка стоимости собственного и заемного капиталов, привлеченных и используемых при различных условиях.

3. Оптимизация структуры капитала по критерию минимизации уровня финансовых рисков.

Выводы. В современной практике финансового менеджмента при определении оптимальной структуры капитала менеджерам компаний целесообразно применять комбинацию нескольких теоретических подходов, учитывающих динамизм и влияние различных факторов.

Подход совмещения нескольких критериев оптимизации капитала предприятия дает возможность сформировать такую его структуру, которая позволит увеличить рыночную стоимость предприятия и повысит его финансовую платежеспособность.

Список литературы:

1. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. – М.: КноРус, 2013. – 232 с.

2. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: Учебник для бакалавров / М.В. Воронина. – М.: Дашков и К, 2016. – 400 с.

3. Федоренко, Н.О. Анализ факторов, определяющих финансовый результат деятельности предприятия / Н.О. Федоренко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009 – №2. – С. 206-210.

4. Бланк, И. А. Управление использованием капитала / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2014. – 656 с.

Кулик Н.Н., магистрант
Дончевский Г.Н., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
kulick.nina2012@yandex.ru

ПРАКТИКА ПОСТРОЕНИЯ ПРОЦЕССНЫХ МОДЕЛЕЙ В АККРЕДИТОВАННОЙ ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ

Актуальность. Проведение лабораторных исследований является одним из главных процессов испытательной лаборатории «Новороссийская». Инжиниринг и реализация данного процесса достигается не только для получения высокого качества результатов испытаний, но и направлена на достижение новой ценности – высокого доверия заявителей и всех заинтересованных лиц к деятельности лаборатории.

Анализ последних исследований и публикаций. Большинство специалистов утверждают, что «концепция процессного управления организацией переживает сегодня второе рождение». Появление новой редакции международного стандарта ИСО/МЭК 17025, включившего в себя специальный раздел «Менеджмент процессов» вызвало волну публикаций, посвященных проблематике процессов испытательной лаборатории. Несмотря на то, что целостный взгляд на процессное управление был

обнародован относительно недавно (в 2003 г.) в труде Г. Смита и П. Файнгара «Управление бизнес-процессами (BPM): третья волна», сегодняшние российские научные работы содержат подходы и положения, ушедшие далеко вперед. Наиболее интересные из них принадлежат А.Н. Петрову [1], В.К. Резанову [2], Л.Б. Ковальчук [3].

Целью исследования является разработка процессного подхода к управлению испытаниями, направленного на формирование лабораторией добавленной стоимости.

Результаты исследования. В рамках данного исследовательского проекта разработана модель процесса оформления и приема заявки на проведение испытаний в Испытательной лаборатории «Новороссийская». На рис. 1 представлены связи объекта моделирования с окружающей средой.

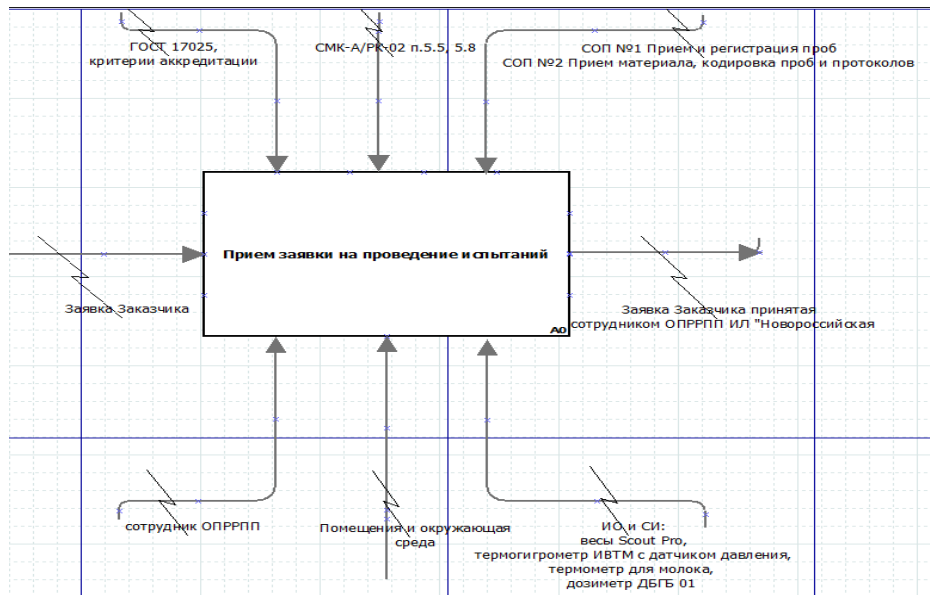


Рис. 1. Контекстная диаграмма процесса приема заявки на проведение испытаний

Уже на стадии разработки данной модели были выявлены недостатки в системе качества ИЛ и документах СМК: дублирование описания процессов в РК и СОП, ведущие к увеличению затрат времени на актуализацию, подписание и утверждение документов СМК; отсутствие обучения и допуска сотрудника ОПРПП к средствам измерения, используемым при приеме проб и материала; отсутствие термометра для реализации требований п. 8 ГОСТ ISO 707-2013 и п.8.2 ГОСТ ISO 7218-2015.

Контекстная диаграмма представлена с точки зрения руководителя ИЛ «Новороссийская» с целью проведения процедуры анализа со стороны руководства и систематической оценки соответствия процесса проведения приема заявки требованиям, установленным в национальной системе аккредитации РФ.

На этапе формирования модели процесса приема заявки на проведение испытаний нами была графически описана диаграмма декомпозиции первого уровня, детализирующая функции процесса приема заявки (рис. 2).

Диаграмма декомпозиции содержит 6 взаимосвязанных блоков: проверка комплекта документов; проверка правильности и полноты предоставления информации; анализ заявки, контроль наличия ресурсов; контроль условий и температуры доставки пробы; проверка массы и состояния пробы; регистрация в журнале приема.

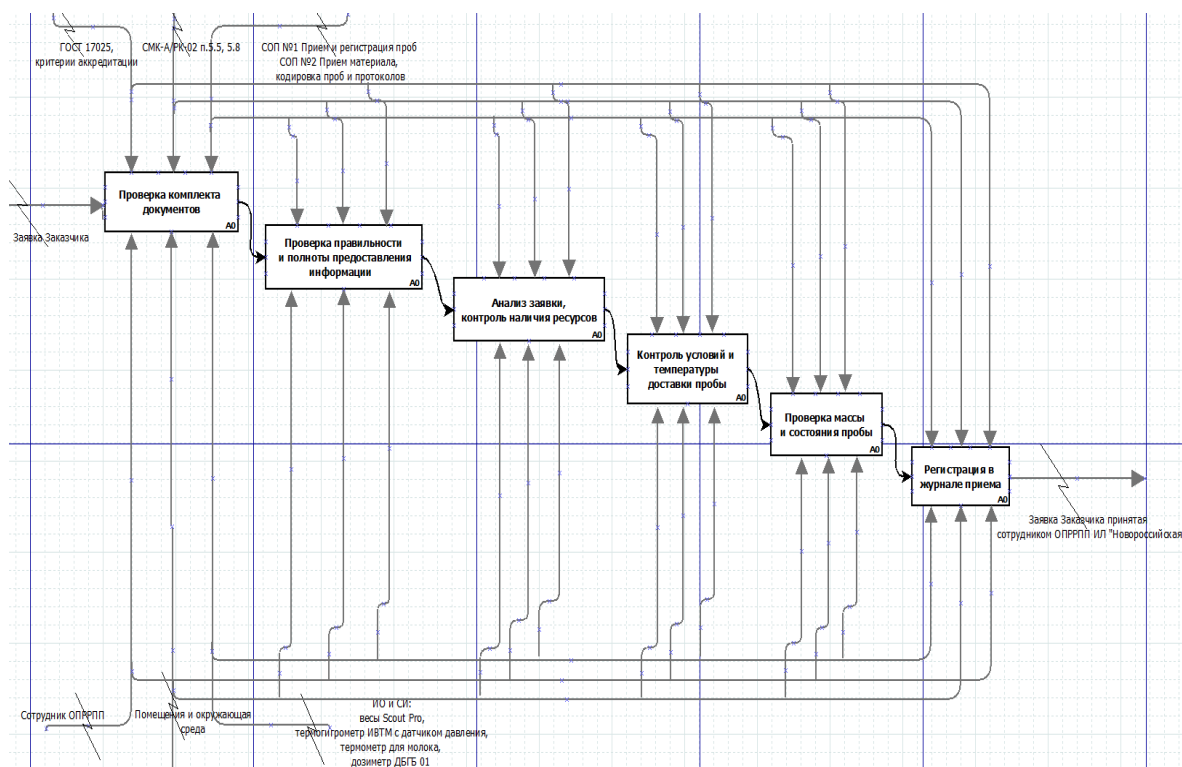


Рис. 2. Диаграмма декомпозиции

С учетом дальнейшей декомпозиции функциональная модель процесса приема заявки будет способствовать рационализации и проведению циклического улучшения процесса приема и анализа заявок со стороны Заказчика в ИЛ «Новороссийская». Такая модель в будущем ляжет в основу СМК, являясь элементом формирования, хранения и передачи опыта в условиях постоянной ротации кадров в ИЛ «Новороссийская». С помощью графического описания наглядно представлены входы, выходы, элементы управления и ресурсы, необходимые для реализации процесса.

При формировании диаграммы декомпозиции были выявлены такие существенные недостатки в системе качества ИЛ и документах СМК, как отсутствие задокументированных норм температурных условий доставки, а также массы проб материала, поступающего на исследование. Отсутствие указанных данных формирует риск применения к ИЛ административных штрафов, предусмотренных статьей 14.48 КоАП РФ.

Выводы. Таким образом, применение на практике процессного подхода к управлению испытаниями позволяет аккредитованным испытательным лабораториям выявлять ошибки и несоответствия как в документах СМК, так и в своей ежедневной работе, тем самым не только повышая достоверность результатов испытаний, но и уберегая лаборатории от серьезных финансовых потерь.

Список литературы:

1. Аронов А. М. Теория стратегического менеджмента: процессный подход [Текст] / А. М. Аронов, И. Я. Блехцин, А. Н. Петров; под редакцией А. Н. Петрова; Министерство образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет». – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2017. – 207 с.
2. Ковальчук Л. Б. Процессно-трансформационная система диагностики региона [Текст]: [монография] / Л. Б. Ковальчук, Т. Д. Макаренко; Министерство образования и

науки Российской Федерации, Байкальский государственный университет, Читинский институт (филиал) ФГБОУ ВО №БГУ». – Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.

3. Резанов В.К. Управление конкурентоспособностью предприятия (синергетический процессный подход) [Текст]: [монография] / В. К. Резанов, Ю. П. Гришин; Министерство образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВО "Тихоокеанский государственный университет". – Хабаровск: Изд-во ТОГУ, 2017. – 223 с.

Мокрушенко А.Ю., студент
Жаболенко М.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
nastmo554@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ОПЫТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНЖИНИРИНГОВЫХ И КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ НА СУБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что опыт международных инжиниринговых и консультационных организаций является одним из важнейших факторов, который формирует процессы, протекающие в современной инфраструктуре товарного рынка. Инфраструктура товарного рынка в современных условиях является сложной социально-экономической системой, в которой в результате взаимодействия её субъектов происходят существенные изменения, имеющие как положительный, так и отрицательный характер. На практике такими основополагающими субъектами могут быть инжиниринговые и консультационные организации, основная задача которых связана с предоставлением комплексных услуг квалифицированными специалистами по обоснованию экономической, социальной и технической целесообразности проектов, созданию комплекта документации, разработке рекомендаций по организации производства и управления, и т.д.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблему влияния международных инжиниринговых и консультационных организаций на развитие новых рынков и расширение обмена услугами, знаниями на международном уровне, на развитие научно-технических и производственных внешнеэкономических связей в разное время рассматривали и исследовали в своих научных трудах такие практики и ученые как И.Т. Балабанов, М.И. Белявцев, Л.В. Шестопалова, В.П. Федько, Н.С. Шелег, Л.А. Ибрагимов, Р. Нурксе и многие другие.

Целью исследования является определение влияния опыта международных инжиниринговых и консультационных организаций по оказанию услуг на развитие субъектов инфраструктуры товарного рынка.

Результаты исследования. Инжиниринговые организации предоставляют широкий спектр услуг по подготовке технических, экономически выгодных проектов, оказанию рекомендаций для организации эффективного управленческого аппарата. Инжиниринг обладает большим потенциалом в инфраструктуре товарного рынка, так как способствует установлению рациональных коммерческо-хозяйственных связей между субъектами товарного рынка, улучшает социально-экономическое состояние общества. Опыт деятельности международных инжиниринговых организаций показывает какое влияние их услуги оказывают на формирование покупательского

спроса, на товарную продукцию, структуру и территориальное распределение товарных потоков.

Для более подробного исследования данного вопроса рассмотрим такую международную инжиниринговую организацию как «АЕСОМ». Это крупнейшая американская компания, предоставляющая услуги по проектированию и планированию, управлению проектами, их инженерной проработке, комплексному техническому обследованию земельных участков и зданий, подготовке бюджета проекта, технико-экономическому обоснованию проекта.

Целью компании «АЕСОМ» является «изменение мира к лучшему» [2]. Сфера её деятельности охватывает многие секторы рынка, среди которых транспорт, недвижимость, охрана окружающей среды, энергетика, водные системы и государственные проекты в более чем 150 странах.

Компания объединяет знания и опыт экспертов из разных уголков мира для того, чтобы помочь своим клиентам реализовать самые трудновыполнимые проекты. Как утверждает руководство самой компании, её деятельность «во всем ее разнообразии направлена на самые важные аспекты жизни и носит преобразовательный характер, будь то создание высококачественных зданий, объектов инфраструктуры, микрорайонов и окружающих сред или стабильная и надежная реализация государственных проектов» [2].

«АЕСОМ» в сфере инжиниринга помогает создавать качественные научно-технические проекты, которые положительно влияют на развитие фирм, воспользовавшихся услугами данной компании, так как в дальнейшем при соблюдении разработанного проекта прибыль фирмы повышается, растет её конкурентоспособность, фирма выходит в дальнейшем на более широкий формат взаимоотношений. Наблюдая за деятельностью данной компании, можно сказать, что за 29 лет своей деятельности она вышла на международный уровень и сейчас диктует те правила, которым придерживаются и действуют остальные менее крупные компании.

Кроме того, в условиях современной инфраструктуры товарного рынка все чаще требуются высококвалифицированные профессионалы, которые смогут предоставить анализ для фирмы или предприятия, в котором будет проведена работа по выявлению перспектив развития и организация использования научно-технических и организационно-экономических новшеств, а также обнаружены недостатки, которые могут затормаживать работу предприятия или фирмы и приносить убытки. Именно таким видом деятельности и занимаются консультационные организации по оказанию услуг. При острой рыночной конкуренции такие услуги являются неотъемлемыми в работе любого предприятия.

Одной из таких организаций на международном уровне является «The Boston Consulting Group (BCG)». Это международная компания, специализирующаяся на управленческом консалтинге, входит в «большую тройку управленческого консалтинга». Деятельность компании основывается на таких основных принципах: «Мы анализируем, познаём и затем действуем. Мы сводим вместе людей, способных бросить вызов сложившимся представлениям и осуществить именно те преобразования, которые необходимы. Мы помогаем клиентам развивать нужные компетенции и добиваться долгосрочных преимуществ. И формируем будущее. Вместе» [3].

Формируя партнерские отношения со своими клиентами, компания BCG приносит им реальную пользу и помогает осуществлять масштабные преобразования.

Когда BCG выбрала стратегический консалтинг в качестве своей основной специализации – ее отличительным знаком стало открытие новых идей. В BCG идеи – это основа создания стоимости.

Компания стремится обеспечить своим клиентам конкурентное преимущество. Она основывается на подходе анализа бизнеса в целом, его конкурентного окружения и перспектив развития. BCG определяет позиции на рынке и ресурсы, которые позволили бы клиентам добиться лучших устойчивых результатов. При этом объективность имеет решающее значение. Надежные данные, тщательный анализ, оценка внешних перспектив и глубинных взаимосвязей, ясная логика — вот основа объективного принятия решений и деятельности компании «The Boston Consulting Group (BCG)».

Мировая практика свидетельствует, что даже крупные широко известные и преуспевающие субъекты товарного рынка считают весьма полезным регулярно обращаться к консультационным фирмам по организационно-управленческим вопросам, рассчитывая получить нужные рекомендации по исправлению или усовершенствованию сложившейся ситуации.

Выводы. Влияние опыта международных инжиниринговых и консультационных организаций по оказанию услуг на развитие современной инфраструктуры товарного рынка играет важную роль. Данные международные организации оказывают непосредственное воздействие на деятельность предприятий, и как следствие и на инфраструктуру товарного рынка. У предприятий, прибегающих к услугам инжиниринговых и консультационных организаций, появляется возможность развития межгосударственных отношений и сотрудничества, а также открываются перспективы развития научной и производственной кооперации с другими фирмами, в том числе создание совместных предприятий. Всё вышеперечисленное еще раз доказывает, что опыт международных инжиниринговых и консультационных организаций позволяет раскрывать потенциал менее крупных предприятий, которые в дальнейшем могут развиваться и вносить положительные изменения в инфраструктуру товарного рынка в современных рыночных условиях.

Список литературы:

1. Балабанов, И.Т. Внешнеэкономические связи [Текст]: учеб. пособие / И.Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 512с.
2. АЕСОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aecom.com> (дата обращения 10.04.2019).
3. The Boston Consulting Group (BCG) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/ru-ru/default.aspx> (дата обращения 10.04.2019).

Писаренко Я.Д., студент

Еременко А.А., к. э. н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

mishel.grut@gmail.com

ТЕОРЕТИКО МЕТОДОДОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОПРОСУ РЕАЛИЗАЦИИ КОНТРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. На деятельность предприятия влияют многочисленные факторы внешней и внутренней среды, действие которых предсказать с достаточной степенью вероятности не всегда удается. Планы не всегда выполняются так, как были задуманы.

Персонал не всегда качественно выполняет делегированные ему права и обязанности. У руководства предприятия возникает необходимость проверки правильности выполнения принятых управленческих решений. Все эти задачи разрешимы в том случае, если на предприятии функционирует оперативная и адекватная система контроля. Поэтому вопросы эффективной реализации контрольной функции в рамках хозяйственной деятельности всегда остаются актуальными.

Анализ последних исследований и публикаций. Из числа современных отечественных ученых, которые занимались проблемами реализации контрольной функции, следует выделить У. Ньюмен, Х.Ш. Муллахметова, С.В. Молчанова, М.Э. Кравчинского, О.П. Котельникову, О.В. Максимову.

Характеризуя статус изученности проблемы эффективного контроля в организации, необходимо выделить, что исследование современной литературы дает возможность сделать заключение о недостаточной теоретической и практической разработанности вопросов в этой сфере. Трудность и многогранность этой проблемы требуют последующего улучшения организационно-методического обеспечения оценки эффективности управленческого контроля.

Поэтому **целью исследования** является изучение основ и особенностей оценки эффективности реализации функции контроля в организации.

Результаты исследования. Контроль – это процесс в менеджменте, с помощью которого лицо или организация (коллектив людей) устанавливают отклонения фактически достигнутых результатов от тех, которые все перечисленные субъекты желали достичь в рамках поставленных целей [1].

Функция контроля ориентирована на минимизацию затрат и стимулирование производства. Адаптацию к изменениям внешней среды. Выживание компании в значительной степени находится в зависимости от оценки изменений, происходящих во внешней среде, и оперативной адаптации собственной деятельности к данным переменам.

Правильно спроектированная система контроля ориентирована на обеспечение деятельности менеджеров по мониторингу и выработке отклика на изменение внешней среды.

Основной задачей контроля считается процедура обеспечения достижения целей и миссии предприятия. Объективность и необходимость контроля равно как и другие функции менеджмента характеризуют следующие факторы:

- неопределенность среды (изменение законов, политики, структуры предприятия, технологии, рынка, состава сотрудников и т.д.);
- угроза появления кризисных ситуаций;
- рациональность поддержания успеха субъекта хозяйствования;
- давление со стороны конкурентов;
- борьба за рынки сбыта товаров [2].

На практике применяется значительное количество видов контроля, которые по квалификационным признакам делятся на виды, представленные в табл. 1.

Процесс контроля - это деятельность объединенных в определенную структуру субъектов контроля, направленных на достижение наиболее эффективным способом поставленных целей путем организации определенных задач и применения соответствующих принципов, методов, технических средств и технологии контроля.

У. Ньюмен сформулировал несколько рекомендаций для менеджеров, которые хотели бы избежать непреднамеренного воздействия контроля на поведение сотрудников и таким образом повысить его эффективность [3].

Рекомендации науки о поведении в процессе осуществления эффективного контроля:

Таблица 1

Виды контроля

Классификационный признак	Видовой состав контроля в рамках данного признака
По направленности воздействия	Внешний, внутренний
По аспектам влияния	Управленческий, финансовый, хозяйственный, технологический
По выполнению задач	Стратегический, текущий, оперативный
По решению задач	Линейный, функциональный, операционный
По времени осуществления	Предварительный, текущий, заключительный

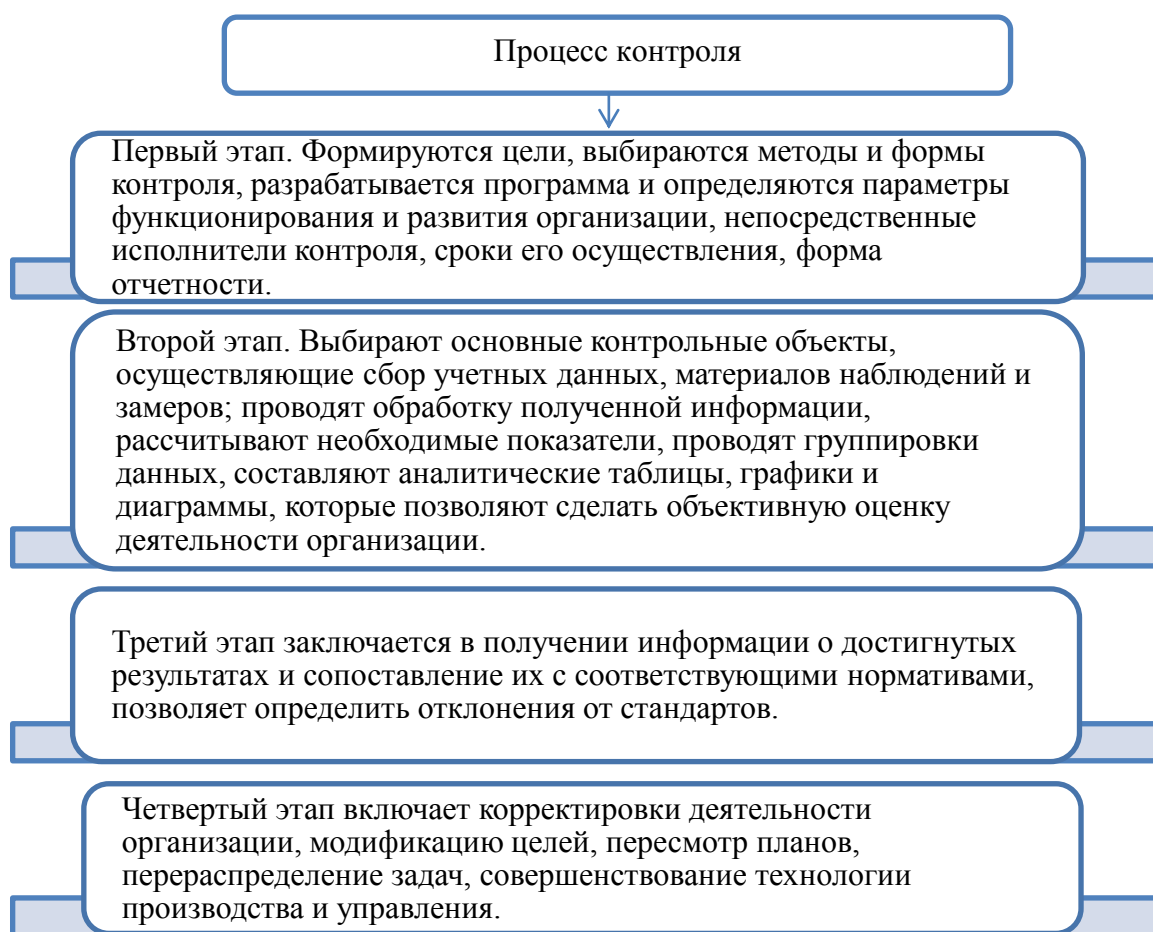


Рис. 1. Процесс контроля

- устанавливайте умеренные стандарты, приемлемые для сотрудников;
- устанавливайте двустороннее общение;
- избегайте чрезмерного контроля;
- устанавливайте строгие, но достижимые стандарты;
- вознаграждайте за достижения стандарта.

Поведение людей – отнюдь не единый фактор, устанавливающий эффективность контроля. Для того чтобы контроль имел возможность реализовывать основную задачу,

то есть гарантировать достижение целей компании, он обязан обладать несколькими значимыми свойствами.

В хозяйственной практике выделяют следующие свойства эффективного контроля:

- стратегическая направленность контроля;
- ориентация на результаты;
- своевременность контроля;
- точность контроля;
- гибкость контроля;
- простота контроля;
- экономичность контроля [4].

Результаты исследования. При оценке роли и места функции контроля в управлении, следует помнить, что он занимает в управленческом цикле последнее место только по логическим соображениям, но никак не по значению. Функция контроля - это деятельность не только по выявлению отклонений фактического результата от показателей, но в то же время и проверка эффективности, правильности, обоснованности ранее принятых решений. Контроль также выявляет фактическую базу, позволяющую осуществить коррекцию ранее принятых решений или принимать новое решение, более соответствующее фактическому состоянию, свойственному возможностям организации. Постоянная проверка принятых решений и их корректировки ведет к снижению затрат, предотвращения неэффективного использования ресурсов организации.

Список литературы:

1. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1994. – 501 с.
2. Сотникова Л.В. Внутренний контроль и аудит / Л.В. Сотникова. – М.: – 2001 г. – 239 с.
3. Дорофеев, В.Д. Менеджмент: учеб. пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелев, Н.Ю. Шестопап. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 440 с.
4. Жигун, Л.А. Менеджмент: Современные основы организации контроля на предприятии / Л.А. Жигун. – М.: Феникс, 2012. – 470 с.

Проничева А.В., студент

Еременко А.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

annaskilc@mail.ru

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность исследования. В условиях рыночной экономики важнейшим фактором эффективности деятельности хозяйствующих субъектов является управление оборотными активами. Ключевым фактором успеха производственно-хозяйственных операций организаций является рациональное использование оборотных активов. В условиях производственного процесса любого предприятия лежит материальная и финансовая база. От ее достаточности зависят непрерывность и ритмичность

производства и реализации продукции. Именно этот факт и определяет важность и актуальность оптимального размещения средств в оборотных активах.

Анализ последних исследований и публикаций. Большое внимание изучению структуры и обеспеченности предприятия оборотными активами в своих трудах уделяли такие ученые-экономисты как И.А. Бланк, Г.Б. Поляк, Н.В. Колчина, Л.П. Павлова, В.В. Ковалев и др.

Учитывая вклад ученых в изучении оборотных активов, следует заметить, что отдельные аспекты требуют углубленных научных исследований. Именно данные предпосылки послужили главным фактором в углубленной разработке данной темы и определили целевую установку исследования.

Поэтому **цель исследования** заключается в определении единого подхода к определению понятия «оборотных активов», так же в изучении политики формирования и управления оборотных активов предприятия.

Результаты исследования. В настоящий момент не существует единого подхода к определению данного понятия. Поэтому проведем семантический анализ понятия «оборотные активы» (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика определений понятия «оборотные активы»

Авторы	Формулировка понятия «оборотные активы»	Характеристика
Бланк И. А.	Экономические ресурсы предприятия в форме совокупных имущественных ценностей, используемых в хозяйственной деятельности с целью получения прибыли [1].	Автор данного определения акцентирует внимание только на получение прибыли.
Поляк Г.Б., Колчина Н.В., Павлова Л.П.	Это средства, обслуживающие процесс деятельности, участвующие одновременно и в процессе производства, и в процессе реализации продукции [3].	В определении авторы не упоминают о сроках оборачиваемости.
Ковалев В.В.	Мобильные активы предприятия, которые являются денежными средствами или могут быть обращены в них в течение года или одного производственного цикла [2].	В данном определении автор не акцентирует внимание на цель использования активов.

На основе проведенного анализа, целесообразно выделить один аспект оборотных активов, который является базовым в понимании его сущности. К таковому следует отнести денежные средства, используемые в хозяйственной деятельности.

Исходя из вышесказанного, можно определить «оборотные активы» как денежные средства, используемые в хозяйственной деятельности с целью получения прибыли и обеспечения непрерывной деятельности, и могут быть обращены в них в течение года или одного производственного цикла. Такое определение, с учетом проведенного семантического анализа, включает в себя основные элементы, характеризующие сущностные особенности категории «оборотных активов».

Основой экономической сущности оборотных активов является их участие в процессе кругооборота капитала и создания новой стоимости. Кругооборот капитала представляет собой (рис.1):

- за счет денежных средств приобретаются сырье и материалы, необходимые для процесса производства;
- из сырья и материалов производится готовая продукция;

- готовая продукция продается за наличный расчет и сразу формирует новую стоимость либо реализуется с отсрочкой платежа. В этом случае образуется дебиторская задолженность, которая впоследствии также преобразуется в деньги. При этом для обеспечения расширенного воспроизводства объем денежной наличности полученной по итогам кругооборота должен быть больше, чем первоначально авансированный. Таким образом, чем больше оборотов совершают средства предприятия, тем больше оно получает денег [3].

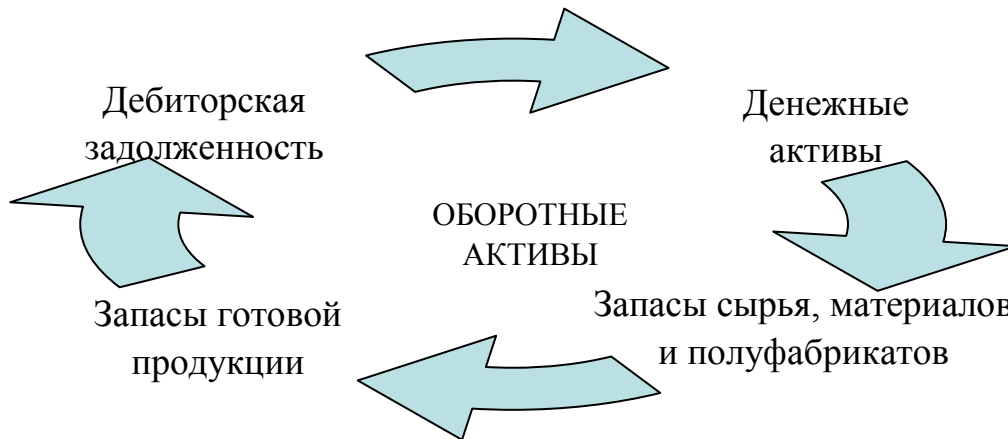


Рис. 1. Характеристика движения оборотных активов в процессе их кругооборота

Теория финансового менеджмента рассматривает три принципиальных подхода к политике формирования оборотных активов предприятия - консервативный, умеренный и агрессивный [1].

Таблица 2

Подходы к политике формирования оборотных активов предприятия

Подход	Характеристика
<i>Консервативный подход</i>	Предусматривает полное удовлетворение текущей потребности во всех их видах, обеспечивающей нормальный ход операционной деятельности, создание высоких размеров их резервов на случай непредвиденных сложностей в обеспечении предприятия сырьем и материалами, ухудшения внутренних условий производства продукции, и т. п. Такой подход гарантирует минимизацию коммерческих и финансовых рисков, но отрицательно сказывается на эффективности использования оборотных активов — их оборачиваемости и уровне рентабельности.
<i>Умеренный подход</i>	Направлен на обеспечение полного удовлетворения текущей потребности во всех их видах и создание нормальных страховых их размеров на случай наиболее типичных сбоев в ходе операционной деятельности предприятия. При таком подходе обеспечивается среднее для реальных хозяйственных условий соотношение между уровнем риска и уровнем эффективности использования оборотных активов.
<i>Агрессивный подход</i>	Заключается в минимизации всех форм страховых резервов по отдельным видам этих активов. При отсутствии сбоев в ходе операционной деятельности такой подход к формированию оборотных активов обеспечивает наиболее высокий уровень эффективности их использования. Однако любые сбои в осуществлении нормального хода операционной деятельности, вызванные действием внутренних или внешних факторов, приводят к существенным финансовым потерям из-за сокращения объема производства и реализации продукции.

Анализируя характеристики рассмотренных подходов, отметим, что используя оценки различных пропорций уровня эффективности их использования и риска, они, в конечном счете, определяют сумму оборотных активов, а также их удельный вес

(необходимое количество) в общей величине активов предприятия.

Рассматривая политику управления оборотными активами предприятия, следует отметить, что она разрабатывается по следующим основным этапам (рис.2) [1].



Рис. 2. Основные этапы формирования политики управления оборотными активами предприятия

Политика управления оборотными активами представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающейся в формировании необходимого объема и состава оборотных активов, рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования.

Выводы. В заключении отметим, что процесс управления оборотными активами сводится к выполнению задач по разработке стратегии и тактики принятия решений, определяющих объем оборотных активов по видам, объем и виды инвестиций для их финансирования, а также организацию повседневной работы, обеспечивающей их достаточность и эффективность использования.

Список литературы:

1. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс / И.А. Бланк – 2-е изд., перераб. и доп. – К.:Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Ковалев, В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В. В. Ковалев. –2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби; Проспект, 2012. – 1024 с.
3. Поляк, Г. Б. Финансовый менеджмент / Г. Б. Поляк. – М.: Финансы, 2012. – 438 с.

Псарёва А.Э., студент
 Вертиль Н.Н., к.э.н., доцент
 ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
 psaryova01@mail.ru

ВЛАСТЬ В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность темы состоит том что, что проблема власти в организации всегда стояла остро. Руководитель предприятия должен быть не только компетентным специалистом, но и опытным дипломатом, и воспитателем, и авторитетным судьей – словом, он должен уметь использовать данную власть рационально.

Проблематикой данной темы занимались такие ученые как Дж. Френч, Б. Равен, Р. Лайкерт, Д. Мак-Грегор, У. Беннисом и др.

Целью написания работы является выявить сущность понятия «власть».

Власть означает способность (возможность) влиять на поведение других людей, с целью подчинить их своей воле. Власть позволяет руководителю распоряжаться действиями подчиненных, направлять их в русло интересов организации, побуждать сотрудников и более эффективной работе, предотвращать возникающие в коллективе конфликты. Без власти нет организации и нет определенного порядка в деятельности.

Прочность власти и преобладание той или иной её формы зависит не только от конкретной специфики организации, но и от развития общества в целом, культурного и образовательного уровня работников и руководителей. Так, в настоящее время имеет место объективная тенденция к ослаблению любой власти, в том числе и власти менеджеров. Конкретные причины этого заключаются в следующем: значительно сократился разрыв в уровне знаний между руководителями и подчинёнными, их квалификацией; если прежде преобладание руководителей во всех областях, связанных с профессиональной деятельностью было неоспоримым, то сейчас зачастую подчинённые превосходят их во всех отношениях, оставляя руководителю лишь личностный авторитет. Власть может распространяться во всех направлениях.

Нами был проанализирован термин «власть», основываясь на литературных источниках. Исходя из этого, была составлена таблица дефиниций, на основе которых были выявлено авторское понятие термина «власть» (таблица 1).

Основные дефиниции: 1. Способ управления; 2. Подчинение воле; 3. Воздействие; 4. Авторитет; 5. Право; 6. Воля.

Таблица 1

Таблица понятия «власть»

Определения авторов	Ключевые дефиниции					
	1	2	3	4	5	6
1. Даль В.И.	+	+	-	-	+	+
2. Ожёгов С.И.	-	+	-	-	+	-
3. Ефремова Т.Ф.	+	-	-	-	-	-
4. Фасмер М.	-	-	-	-	-	-
5. Ушаков Д.Н.	-	+	-	-	-	-
6. Наумова М.Д.	-	+	-	-	-	+

Окончание табл. 1

Определения авторов	Ключевые дефиниции					
	1	2	3	4	5	6
7.Осипов С.Ю.	-	-	+	-	-	-
8.Берк Э.	+	+	-	+	-	-
9.Федоров В.В.	+	-	-	-	-	-
10.Марченко Г.И	-	-	-	+	-	-
11.Ермилов Б.Н.	-	-	-	-	-	-
12.Пусько В.С.	-	+	-	+	-	-
13.Малько А.В.	-	+	+	-	+	-
14.Халипов В.Ф.	-	-	-	-	-	-
15.Коновалов В.Н.	-	-	-	-	-	-

Итак, анализируя табличные дефиниции, можно прийти к выводу, что: власть – система управления общественных отношений при которой субъект подчиняет своей воле объект с помощью данного ему на это права и авторитета.

Список литературы:

1. Кричевский, Р. Л. Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе»/ Р.Л. Кричевский. – «Дело», 1998. – С. 9.
2. Литвак, Б.Г. Управленческие решения / Б.Г. Литвак. – М.: ЭКМОС, 1998 г. – С. 92-94.
3. Лобанов, В. США: Модели компетентности руководителей государственных учреждений / В. Лобанов // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №1.
4. Лэнд, П.Э. Менеджмент – искусство управлять / П.Э. Лэнд. – М., 2001. – 185 с.

Синицына Д.С., студентка
Лазаренко Н.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
nvlazarenko@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Актуальность. Проблемы формирования механизма устойчивого развития экономики на основе повышения эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью фирм – это один из важнейших экономических рычагов в системе управления производством в целом, включая внутривозрастные процессы планирования, контроля и анализа деятельности фирм. В современных условиях

цифровая экономика является эффективной основой развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы и всего общества. Функционирование и развитие цифровой экономики – это также вопросы обеспечения конкурентоспособности отечественных фирм и устойчивого роста общественного производства в долгосрочной перспективе.

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на многочисленные научные исследования в области управления развитием фирм, проблем формирования современных информационно-коммуникационных технологий и цифровой экономики, что нашло отражение в трудах таких ученых, как Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова, Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов, С.В. Коляденко и др., эти вопросы требуют дальнейшего изучения и обобщения.

Цель исследования. Целью данной публикации является определение сущности категории развития, исследование классификационных признаков и теоретических концепций развития экономики фирмы, а также определение основ управления в контексте организационного и социально-экономического развития в условиях цифровизации экономики.

Результаты исследования. В общетеоретическом аспекте категория «развитие» раскрывает характер изменений, которые происходят на фирме, т.е. это последовательность переходов социально-экономической системы из одного состояния в другое от момента ее создания до даты ликвидации (юридической и физической).

Развитие экономики фирмы является необратимым процессом, который обеспечивает спонтанные или управляемые переходы от одного неповторимого состояния к другому через процессы изменений [1].

Особенность каждого конкретного экономического состояния фирмы обеспечивается невозможностью полного повторения разнообразия, качества, количества и силы влияния каждого из факторов, которые его определили в момент оценки.

Первоосновой развития экономики фирмы являются разнообразные изменения (внутреннего и внешнего характера), которые являются результатом взаимодействия экономических объектов (предметов), их разнообразных свойств, черт и параметров. При этом следует отметить, что социально-экономические изменения на фирме носят объективный характер, т.е. не зависят от воли и желаний участников бизнес-процессов (собственников, менеджеров, наемных работников, инвесторов и др.).

Поэтому изучение теоретико-методологических основ формирования механизма устойчивого развития экономики фирмы и обеспечения роста эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации является актуальной темой научного исследования.

Основным источником социально-экономического развития субъекта хозяйствования является объективно существующая неопределенность внешней среды и внутренние противоречия экономических систем [2].

Ключевым фактором этого процесса являются противоречия между ограниченными экономическими ресурсами и неограниченными потребностями людей («основная экономическая проблема общественного производства»).

Термин «развитие» в экономической литературе употребляется, в основном, в контексте прогрессивных изменений, способствующих совершенствованию бизнес-процессов фирмы. Однако, не следует забывать и про другие возможные направления организационно-экономического развития фирмы – деструктивные (регрессионные) изменения, которые являются нежелательными и целиком недопустимыми при определенных обстоятельствах.

Проблемы обеспечения организационно-экономического развития фирмы относятся к сфере стратегического управления. Практические результаты определения направлений и количественных параметров развития экономики фирмы воплощаются в стратегиях развития, детализируются в тактических планах и доводятся конкретным исполнителям как практические рекомендации в виде мероприятий (указаний к практическому внедрению).

Видовые проявления процессов развития экономики фирмы классифицируются по различным признакам, к которым относятся:

- масштаб изменений;
- качество изменений;
- объект изменений;
- характер изменений;
- тип тренда изменений;
- динамика изменений;
- ключевой критерий развития;
- уровень неопределенности процессов развития;
- тип изменений;
- возможность управления изменениями;
- корпоративная стратегия;
- структура изменений;
- цель изменений.

Анализ и оценка процессов развития экономики фирмы базируются на следующих основных параметрах, характеризующих развитие социально-экономических систем разных уровней:

- направление развития (позитивное или негативное, прогрессивное или регрессивное),
- скорость развития (как интенсивно происходят изменения во времени, какие результаты получены за определенный период),
- объект развития (что изменяется и на какие составные элементы влияют факторы развития),
- причина (фактор) развития (что лежит в основе изменений, под влиянием чего изменяется характер развития),
- состояние (результат) (какие состояния предприятия идентифицируются как относительно устойчивые и расцениваются как результаты (стадии) развития).

Термин «экономическое развитие» нередко определяется как долгосрочный процесс, который направлен на увеличение целевого дохода (или прибыли) в расчете на единицу израсходованных ресурсов фирмы. Однако, такие процессы тесно связаны с проблемой достижения других целей (например, социального, экологического и другого характера). Поэтому в широком смысле теория экономического развития охватывает всю проблематику функционирования социально-экономических систем.

В экономической литературе выделяют такие концепции развития экономики фирмы:

- теория «направленного развития»,
- теория «циклического развития»,
- концепция «жизненного цикла».

Несмотря на уникальность каждой компании, весь период ее существования можно разбить на основные этапы, через которые она проходит. Переход от одного этапа к другому связан с осуществлением организационно-экономических изменений в экономике фирмы. Для того, чтобы облегчить проведение изменений и переход от

одного этапа к другому, необходимо знать особенности каждого этапа в этой цепочке. Этапы развития и кризисы роста компании называют «жизненным циклом» организации. Для обоснования оптимального организационно-экономического развития компании целесообразно использовать соответствующие модели.

Главными факторами развития цифровой экономики являются информация и знания, а также пути доступа к ним. Цифровая экономика – это не отдельная отрасль, а виртуальная среда, дополняющая нашу реальность, которая переплетается с традиционной экономикой, делая четкое разграничение все сложнее. Основными продуктами цифровой экономики являются те же товары и услуги традиционной экономики, предоставляемые с помощью компьютерного оборудования и цифровых систем (сети Интернет и т.п.). Такие факторы, как цифровые финансовые услуги, цифровая идентификация, социальные сети, использование технологии «блокчейн» и др. распространяют выгоды цифровизации экономики на все общество [3].

Выводы. На сегодняшний день особое значение приобретает подготовка высококвалифицированных специалистов с учетом современных тенденций развития цифровых технологий, эффективное внедрение которых сопровождается ускорением экономического роста, увеличением количества рабочих мест, повышением качества информационно-коммуникационных услуг. В процессе управления хозяйственной деятельностью фирм используется ряд информационно-аналитических методов прикладного характера (SWOT, ABC, STEP, SPACE и т.д.), которые имеют программное обеспечение и предоставляют широкие возможности с большей или меньшей степенью вероятности анализировать, оценивать и управлять развитием экономики фирмы в долгосрочном периоде.

Список литературы:

1. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
2. Клейнер, Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов. – М.: Экономика, 2007. – 286 с.
3. Коляденко, С.В. Цифровая экономика: предпосылки и этапы становления в мире / С.В. Коляденко // Экономика. Финансы. Менеджмент. – 2016. – № 6. – С. 106-107.

Синицына К.И., аспирант
Половян А.В., д.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
SinitsinaK@mail.ru

ИНДЕКС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СЛОЖНОСТИ КАК ИНДИКАТОР УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Актуальность. В последние годы все чаще подымается вопрос о том, что показатель внутреннего валового продукта не отражает в полной мере происходящих процессов. ВВП показывает уровень стоимости массы товаров и услуг, производимых стране, но никак не характеризует состояние экономики и тем более уровень жизни населения (уровень социального расслоения). В связи с этим наблюдается резкий рост использования различных индексов и показателей (индекс развития человеческого потенциала, индекс ведения бизнеса, индекс инвестиционного климата и др.). Однако

комплексного показателя, который смог бы заменить ВВП, пока нет. Поэтому для оценки уровня развития страны и состояния экономики предлагается использовать индекс экономической сложности.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением содержания индекса экономической сложности и его трансформацией занимаются представители Гарварда R. Hausmann, С.А. Hidalgo и представители РАНХиГС – И.Л. Любимов, М.В. Лысюк, М.А. Гвоздева и др. Однако данный индекс не рассчитывается по частично признанным государствам, что и актуализирует тему исследования.

Целью исследования является определение товаров, в производстве которых ДНР обладает выявленным сравнительным преимуществом, для проведения дальнейших расчетов.

Результаты исследования. Индекс экономической сложности основан на количестве сложных продуктов, которые страна экспортирует со сравнительным преимуществом. Эмпирически страны, которые преуспевают в этом индексе, учитывая их уровень доходов, как правило, достигают более высоких уровней экономического роста [1]. Способность успешно экспортировать новую продукцию является отражением того факта, что страна приобрела новых технологий в производстве, которые затем откроют новые возможности для прогресса. То, что правительство должно сделать для достижения этой цели, будет в высшей степени специфично для конкретной страны и продукта. Лучшие семена могут вызвать сельскохозяйственную революцию; улучшенная инфраструктура может открыть новые возможности для легкой промышленности; уточнение прав собственности может допускать участие в международных фармацевтических исследованиях; изменение реагирования учебных заведений на потребности новых отраслей может раскрыть свой рост и т.д.

Определение товаров, обладающих выявленными сравнительными преимуществами, которые производятся в ДНР, проводилось на основе методики, разработанной R. Hausmann [1]. Так одним из полученных результатов было определение товаров, в производстве которых экономика ДНР обладает выявленным сравнительным преимуществом. Рассмотрим некоторые из них.

1. Чугун, сталь, прокат и изделия из них являются в мире 520-м наиболее продаваемым продуктом и 553-м наиболее сложным продуктом по индексу сложности продукта из 871 [2].

Смежными продуктами – продуктами, которые производятся, если развито производство чугуна, стали, проката, являются обожженный пирит, агломераты железной руды, железный и стальной порошок. Среди других товаров есть возможность быстро освоить и наладить производство стали для разных отраслей (для судостроения, автомобилестроения, производства бытовой техники, нефте и газопроводов и промышленных товаров).

Ключевыми предприятиями ДНР, которые занимаются производством чугуна, стали, проката и изделий из них, являются ГП «Юзовский металлургический завод», филиал №1 «Донецкий металлургический завод», филиал №2 «Енакиевский металлургический завод», Филиал №3 «Макеевский металлургический завод» ЗАО «Внешторгсервис», АО «ПКП «Металлист», ПрАО «Втормет» и др. [3].

Топ-экспортеры чугуна, стали, проката и изделий из них (т.е. потенциальные конкуренты) во всем мире в 2017 г. представлены на рис. 1 [2].

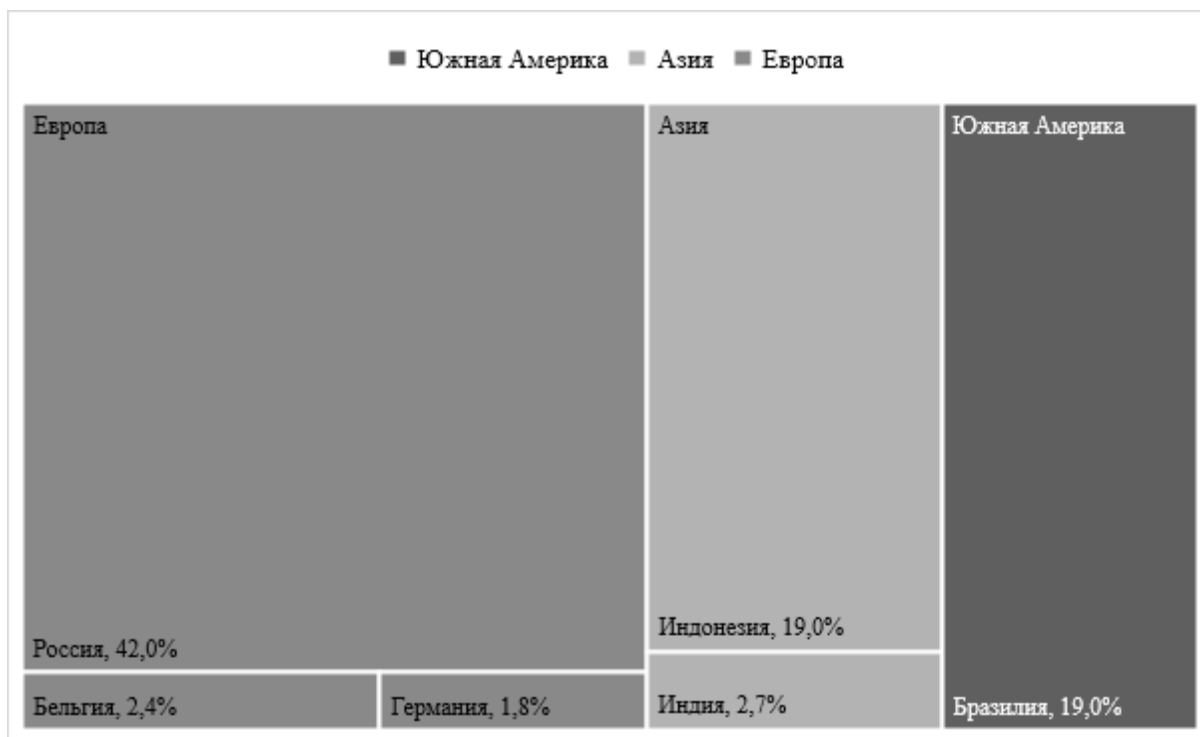


Рис. 1. Доля стран в мировом экспорте чугуна, стали, проката и изделий из них в 2017 г., в %

Топ-импортерами (т.е. потенциальный рынок сбыта) в 2017 г. – являются США (1,01 млрд. дол.), Италия (370 млн. дол.), Турция (274 млн. дол.), Германия (163 млн. дол.) и Мексика (141 млн. дол.) и др.

2. Машины для обработки полезных ископаемых и их части (машины бурильные и проходческие) являются в мире 222-м наиболее продаваемым продуктом и 312-м самым сложным продуктом в соответствии с индексом сложности продукта из 871 [2]. Смежными продуктами – продуктами, которые производятся, если развито производство машин для обработки полезных ископаемых, являются железная проволока, оборудования для подготовки почвы, разное оборудование, минеральная (стекло) вата, центральное отопительное оборудование, железнодорожные гусеницы и фитинги, разные изделия из железа и неблагородных металлов, не механические транспортные средства, алюминиевые конструкции, уборочные машины, разные двигатели, отливки из чугуна.

Среди других товаров есть возможность освоить производство электрических изоляторов, металлических пружин, поршневых двигателей (это позволит продвинуться в центр машиностроительного кластера продуктового пространства), что впоследствии позволит быстро освоить и наладить производство оборудования для производства различных огнеупоров для электроники, цветных телевизоров, компьютерных периферийных устройств, что позволит проникнуть кластера электроники продуктового пространства.

Ключевыми предприятиями, которые занимаются производством бурильных и горнопроходческих машин и их частей, являются ГП «Донецкгормаш», ГП «Машиностроительный завод «ИТРАС», ОДО «Машиностроительный завод «Буран», ООО «НПО «Ясиноватский машиностроительный завод» и др. [3].

Крупнейшими экспортерами машин для обработки полезных ископаемых и их частей в 2017 г. являются Китай (2,46 млрд. дол.), Германия (2,05 млрд. дол.), Италия

(1,39 млрд. дол.), США (1,14 млрд. дол.) и Великобритания (947 млн. дол.) и др. Крупнейшие импортеры в 2017 г. представлены на рис. 2 [2].



Рис. 2. Доля стран в мировом импорте машин для обработки полезных ископаемых и их частей в 2017 г., в %

Выводы. Цель деятельности правительства ДНР должна заключаться в том, чтобы создать условия, в которых может процветать более разнообразная производственная деятельность и, в тоже время, относительно более сложная деятельность. Страна с большей вероятностью обеспечит развитие экономики и повышения уровня жизни населения и добьется успеха в осуществлении этих идей, если она сосредоточит свое внимание на развитие производства тех продуктов, которые близки к ее нынешнему набору производственного потенциала, поскольку это облегчит выявление и предоставление недостающих возможностей в экономике.

Список литературы:

1. Hausmann, R. The atlas of Economic complexity / R. Hausmann, C.A. Hidalgo et al. – Center for International Development at Harvard University. – P. 91.
2. The Observatory of Economic Complexity [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://atlas.media.mit.edu/en/visualize/network/hs92/export/idn/all/show/2017/> (дата обращения 20.04.2019).
3. Информационный каталог предприятий // Официальный сайт Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://invest.govdnr.ru/#Catalog> (дата обращения 20.04.2019).

Стрюков Н.С., студент
 Комарницкая Е.В., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
 stryukoffnick@yandex.ru

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность. С развитием рыночной экономики развиваются и конкурентные отношения в топливно-энергетическом комплексе, что приводит к необходимости поиска новых путей повышения конкурентоспособности и разработки методов для её объективной оценки.

Успешная разработка методов оценивания конкурентных преимуществ необходима для формирования конкурентной стратегии предприятия, что в будущем обеспечит устойчивое финансовое положение стабильность на рынке.

Повышение конкурентоспособности угледобывающих предприятий и их продукции требует комплексного изучения. На данный момент существует множество методов оценивания конкурентных преимуществ, каждое из которых обеспечивает определённую степень анализа и нацелено на устранение недостатков конкурентной стратегии.

Анализ последних публикаций и исследований. К классикам вопроса о конкурентоспособности относятся труды Н. Портера и И. Ансоффа. Большой вклад в исследование этого вопроса внесли: Балашова Р.И., Дорофиенко В.В., Губерная Г.К., Иванов Ю.Б., Захаров А.Н., Жильченкова В.В., Половян А.В., Кандаурова И.А., Кучера В.А., Верига А.В., Беленцов В.Н., Севка В.Г., Кротков В.Г. и др.

Цель работы: проанализировать распространённые методы оценки конкурентоспособности угледобывающих предприятий, выявить их достоинства и недостатки.

Результаты исследования. Основные методы оценки конкурентоспособности предприятия приведены в таблице 1.

Таблица 1

Основные методы оценки конкурентоспособности предприятия

Название метода	Сущность метода	Преимущества метода	Недостатки метода
1	2	3	4
Матричный метод - матрица БКГ; - матрица Портера; - матрица «Привлекательность рынка/конкурентоспособность» (модель GE/Mc Kinsey); - матрица «Привлекательность отрасли/конкурентоспособность» (модель Shell/DPM); - матрица «Стадия развития рынка/конкурентная позиция» (модель Hofer/Schendel); - матрица «Стадия жизненного цикла продукции/конкурентная позиция» (модель ADL/LC)	Построение матрицы в системе координат, на основе жизненного цикла продукции; на оси абсцисс – темпы роста (сокращения) объёма продаж; на оси ординат – доля рынка, занимаемая предприятием. По этой методике, наиболее конкурентоспособным считаются предприятия, которые занимают существенную долю на быстроразвивающемся рынке.	Обеспечивает высокую точность оценки, при достоверных показателях об объёмах реализации.	- Исключает оценивание причин и факторов сложившейся ситуации; - требуется проведение маркетинговых исследований, для получения точной информации.

Продолжение табл. 1

1	2	3	4
Метод оценивания конкурентоспособности производимой продукции	Конкурентоспособность предприятия оценивается по качеству продукции. Оценка специфических качеств и степень удовлетворения покупателей продукцией.	Позволяет сравнивать товары разных предприятий по определённым критериям.	-Данный метод не даёт полного представления о плюсах и минусах предприятия; не анализируются прочие характеристики деятельности; - анализируются только свойства, необходимые для удовлетворения потребителя.
Метод оценки исходя из теории эффективности конкуренции	Конкурентоспособность оценивается учитывая соотношения цены, затрат и нормы прибыли. Так же оценивается эффективность использования всех ресурсов предприятия.	Охватывает все важные сферы хозяйственной сферы деятельности предприятия	Предприятие представляет собой сложную систему, и простое сложение показателей её способностей не отражает полную эффективность всей системы.
Метод оценки основных групповых показателей и критериев конкурентоспособности предприятия	Оценка конкурентоспособности предприятия включает следующие этапы: - выбор критериев для оценки; конкурентоспособности предприятия; - расчет коэффициентов весомости выбранных критериев; -определение количественных значений единичных показателей; - расчет коэффициентов весомости выбранных единичных показателей; -расчет количественных значений критериев конкурентоспособности предприятия; - расчет коэффициента конкурентоспособности предприятия.	Наибольший охват исследований с учётом всех подразделений предприятия.	-Сложность проводимых исследований; -большинство информации необходимой для исследований является конфиденциальной; -необходимость в специалистах.
Комплексные методы	Конкурентоспособность расценивается в качестве интегральной величины относительно текущего уровня конкурентоспособности в целом в отрасли.	Четкое и достоверное оценивание определенного измеряемого фактора конкурентоспособности.	- Ограниченность изучаемых показателей; - Игнорирование специфических особенностей производства; -Необходимость проведения сложных исследований для получения необходимой достоверной информации.

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Swot анализ	Конкурентоспособность оценивается по анализу финансов, производства, организации и управления, маркетинга, кадрового состава и технологий. По данному методу изучаются сильные и слабые стороны внутренней сферы организации, и возможности и угрозы внешней конкурентной среде.	Комплексный подход к анализу предприятия и конкурентной среды.	- Сложность маркетинговых анализов. - Носит только рекомендательный характер, без практических внедрений; - Метод субъективен и полностью зависит от компетенции специалиста.
Бенчмаркинг	Современный метод анализа конкурентоспособности предприятия путём сравнения его с другим схожим предприятием по определённым критериям.	- Общесистемный характер; - позволяет выявить направление по достижению конкурентных преимуществ.	- Большие временные затраты; - необъективность проведённых исследований.

Выводы. Несмотря на общую тенденцию к спаду потребления угля анализ мирового опыта угольной промышленности, в частности, в Китае, Австралии и некоторых странах СНГ, учитывая высокую степень концентрации промышленных предприятий и в целом энергоёмкую экономику, угольная отрасль останется системно важной в отраслевой структуре национальных экономик, которые обладают большими запасами этого полезного ископаемого.

Специалист из Китайской академии наук Huang Qili выделяет следующие стратегические предложения по развитию угольной отрасли, которые приведут к усилению конкурентоспособности всей отрасли в целом: внедрение чистых технологий использования угля в энергетической промышленности; интеграция промышленности по переработке угля в области химических веществ и угольной энергетической промышленности для обеспечения наиболее эффективного использования угля; совместная разработка энергии из ископаемого топлива и возобновляемых источников для создания гибридных систем питания.

Таким образом, потребность оценки конкурентоспособности в угольной промышленности всё ещё высока, и со временем будет только развиваться, охватывая всё большие критерии и предлагая новые пути усовершенствования устаревших технологий.

Список литературы:

1. Бурчаков, В.А. Оценка конкурентоспособности современных угледобывающих предприятий / В.А. Бурчаков // Экономическая наука сегодня: теория и практика: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 3 дек. 2016 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 45-48.
2. Печенкин А. В. Оценка конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. А. Печенкин. – М.: МГЭИ, 2012. – 123 с.
3. Микроэкономика. Учебник / под ред. Г.А. Родиной, С.В. Тарасовой. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

Дончевский Г.Н., д.э.н., профессор
Сушацкая Е.С., магистрант
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
dongrin@yandex.ru

БЛАГОДАТНАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ПОДХОДЫ К ЕЕ РЕШЕНИЮ

Актуальность. Бушующий за окнами глобальный экономический кризис по одним оценкам длится уже около пятидесяти лет [2], по другим – более десяти лет [3]. В любом случае продолжительность, масштабы и разнородность сфер, которые затрагивает данный кризис, огромные, буквально беспрецедентные жертвы, которые он пожинает, говорят о том, что данный кризис представляет собой нечто уникальное. Осознать глубинные и подлинные причины этого уникального явления означает вступить на путь тех бед и потрясений, которые он несет человечеству.

Анализ последних исследований и публикаций. Одним из проявлений глобального экономического кризиса является огромная масса публикаций, посвященных описанию его причин, механизмов действия и последствий. Наиболее интересные с точки зрения темы данных тезисов являются труды, принадлежащие таким ученым как А.В. Буга [1], Л.Е. Гринин [4], В.И. Данилов-Данильян [5], А.Г. Димов [6], С.А. Дятлов [7], В.Ю. Катасонов [8].

Целью исследования является выявление и формулирование основополагающей проблемы, генерирующей волны глобального кризиса, определение путей преодоления кризиса.

Результаты исследования. На феноменологическом уровне дискретные по времени кризисы («пятилетки» К. Маркса, «десятилетки» К. Жюгльера, «двадцатипятилетки» С. Кузнеца, «пятидесятилетки» Н. Кондратьева и др.) слились в единый перманентный гиперкризис. Одновременно воедино, синкретично сплелись кризис недопроизводства (чудовищное недопроизводство продуктов питания, например) и кризис перепроизводства (например, катастрофическое перепроизводство выбросов в окружающую среду). Наконец, цунами этого перманентно-синкретичного кризиса накрыло собой все страны и континенты, образовав явление глобальности. Глобальности и в пространственном, и во временном, и в секторальном отношениях.

Данное наблюдение позволяет выдвинуть гипотезу о том, что всё это наблюдаемое единообразие является прямым следствием единой же причины – неремонтопригодности действующей хозяйственной системы. Хозяйственной системы как исторически определенной системы деятельности, системы выбора и предпочтений [10]. Деятельности, в основе которой оказалась единая для всех модель делового поведения. Модель *издержки/прибыль*, которая была рождена фабрично-заводским укладом и получила свое наиболее полное теоретическое отражение в теории фирмы.

Коротко говоря, данная фабрично-заводская модель (ФЗМ) делового поведения состоит в том, чтобы в интересах максимизации частновладельческой прибыли замкнуть деятельность в узкие рамки частновладельческого хозяйствования (фабрично-заводское заборье), – замкнуть для того, чтобы дать возможность частному собственнику или/и его органам контролировать издержки на производство [9]. Однако контрольная интерпретация причины возникновения ФЗМ не исчерпывает всего состава движущих сил, приведших к ее возникновению. Симон де Сисмонди в годы первой промышленной революции, на мануфактурной ее стадии, произведя конкретные расчеты, сделал принципиально важный вывод: «фабричное производство дает скорее уменьшенный, чем увеличенный доход» [12]. Сквозь ткань приводимой им конкретики

проглядывает одно важнейшее обстоятельство: он производит расчеты по *всему* наблюдаемому им кругу последствий, порождаемых промышленным производством, - последствий, среди которых стоят многократное сокращение числа занятых и их разорение, сокращение населения и еще большее сокращение потребление, исчезновение в деревне класса арендаторов-крестьян, снижение уровня благосостояния у сохраняющей занятость части населения. За полем его зрения остается урон, наносимый окружающей среде; рост заболеваний как от изнурительного труда (профессиональных), так и от необустроенности чрезмерно скученных людей (эпидемиологических). Вынужденная реагировать на все это возникающая система выбрала два принципиальных поведенческих средства: первое средство – отгородиться от огромной массы неприятных последствий, порождаемых ее деятельностью, окружить себя (и в прямом смысле - тоже) стеной; второе средство – переложить ту часть последствий, от которых невозможно отгородиться, на плечи общества. Так например, затраты на возведение коммунальной инфраструктуры, без создания которой жизнь в очагах промышленной деятельности оказалась перед смертельной угрозой, были сняты с бюджета промышленника и возложены на совокупного налогоплательщика (бюджет города или государства) [10].

Обоими названными средствами промышленник торил один и тот же путь: путь минимизации издержек. Минимизации для того, чтобы выжимать из выручки от продаж фабрикуемых им товаров какую-то прибыль, как разницу между управляемыми денежными издержками и неуправляемой денежной выручкой. Вначале «какую-то». Затем (по принципу «жажда наживы не имеет предела»), всё большую и большую. Выжимать, сжимая и сжимая издержки. В какой-то момент (причем, не в очень отдаленный) за ворота фабрики стал выходить продукт, в котором стремление к сокращению издержек порождало те или иные характеристики, отклоняющиеся от ранее устоявшихся представлений о качестве продукта. Отклоняющиеся в худшую сторону. Таким образом, фабрично-заводская модель делового поведения стала основой (точнее – генетической основой) массовой фальсификации производимых продуктов.

Ассоциация по техническому регулированию «АССТР» на своем «круглом столе» 1 марта 2019 г. с тревогой констатировала: «В последнее время наше государство столкнулось с проблемой массового притока на рынок пищевой продукции низкого качества» [13]. В качестве средства решения проблемы был предложен переход от обязательного декларирования произведенной продукции к ее обязательной сертификации. Но мы-то теперь знаем: все дело в действующей модели делового поведения – главной причины фальсификационного кризиса, захлестнувшего весь мир.

В соответствии со сформулированной гипотезой основным выходом из гиперкризиса является смена действующей модели делового поведения издержки/прибыль на модель издержки/благодатная добавленная стоимость. Логика, образуемая этой новой моделью, заключается (кратко) в следующем: издержки, осуществляемые данной организацией, должны целенаправленно генерировать дополнительные выгоды, образующиеся на счетах одной или нескольких *заинтересованных сторон* (в смысле понятия, введенного в ГОСТ Р ИСО/МЭК 9000-2015). Последовательная линия поведения менеджмента данной организации состоит в том, чтобы, во-первых, сформировать реестр тех заинтересованных сторон, на счетах которых будут образовываться эти дополнительные выгоды; во-вторых, выявить, по каким именно каналам будут образовываться эти выгоды; в-третьих, оценить возможный размер этих выгод; в-четвертых, вступить в переговоры с каждой из заинтересованных сторон по поводу распределения образуемых дополнительных выгод между заинтересованной стороной (первичным выгодоприобретателем) и

генерирующей организацией; в-пятых, юридически оформить достигнутые договоренности.

Первые, пусть и робкие проблески на такую модель делового поведения уже можно наблюдать в современной экономической действительности. Например, тогда, когда арендодатель ставит себя в зависимость от показателей роста оборота арендаторов. Или тогда, когда компания по управлению многоквартирными домами ставит свои доходы в зависимость от роста капитализации жилья, которым она управляет.

Выводы. Переход на модель издержки/благодатная добавленная стоимость выводит заинтересованность собственников за пределы узкоэгоистического круга, формируя в качестве прямой цели их деятельности те блага (выгоды), которые осуществляемые ими издержки могут сгенерировать в более или менее широком круге взаимодействующих сторон. Данная модель резко изменяет весь деловой климат, устраняя из него наиболее кризисогенные факторы, а значит, заключает в себе серьезный антикризисный потенциал, мощь которого находится в прямой зависимости от широты распространения этой новой модели.

Список литературы:

1. Буга, Александр Владимирович. Мировые финансово-экономические кризисы. Причины возникновения и последствия [Текст]: монография / Буга А.В., Кудряшов В. С. – СПб: Сциентиа, 2017. – 120 с.
2. Валлерстайн И. Динамика глобального кризиса: тридцать лет спустя // Эксперт, № 35, 2009 г. – С. 48-56.
3. Всемирный банк: кризис 2008 г. не закончился, он продолжает углубляться // РИА Новости, 16.01.2015.
4. Гринин Л.Е. Глобальный кризис в ретроспективе [Текст]: краткая история подъемов и кризисов: от Ликурга до Алана Гринспена / Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев; Российский государственный гуманитарный университет, Факультет истории, политологии и права, Волгоградский центр социальных исследований. - Изд. 3-е. - Москва: URSS, 2017. – 335 с.
5. Данилов-Данильян В.И. Биосфера и цивилизация: в тисках глобального кризиса [Текст] / В. И. Данилов-Данильян, И. Е. Рейф. - Москва: URSS: ЛЕНАНД, сор. 2018. – 315 с.
6. Димов А.Г. Глобальный капиталистический кризис [Текст] / Ангел Димов. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – София: Болгарский аграрно-промышленный союз, 2016. – 256 с.
7. Дятлов С.А. Энтропийная экономика [Текст]: методология исследования глобального кризиса: монография / С. А. Дятлов; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. образования «Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т». – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 348.
8. Катасонов В.Ю. Глобальный мир финансов. От кризиса к хаосу [Текст] / Валентин Катасонов. – Москва: Книжный мир, 2017. – 283 с.
9. Коуз Р. Фирма, рынок и право: сб. статей / пер. с англ. Б. Пинскера; науч. ред. Р. Капелюшников. – М.: Новое издательство, 2007. – С. 43.
10. Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. – М.: АСТ: Астрель, 2012. – 219 с.
11. Мизес Л. фон. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории /Людвиг фон Мизес; пер. с англ. – Челябинск: Социум, 2008. – С. 7.

12. Симон де Сисмонди Ж. Новые начала политической экономии или о богатстве в его отношении к народонаселению. – М.: Государственное социально-экономическое издательство, 1937. – С.157.

13. Оценка соответствия пищевой продукции: декларирование или обязательная сертификация? // Стандарты и качество, №3, 2019 г. - Электронный ресурс: https://gia-stk.ru/stq/adetail.php?ID=176191&utm_source=sendsay&utm_medium=email&utm_campaign=qn1510.

Безродная Л.Н., студентка

Еременко А.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В современных условиях ведения хозяйственной деятельности возрастает значимость управления оборотными активами предприятия, поскольку оптимизация величины оборотных активов и ускорение их оборота позволяет ему максимально реализовать свои производственные возможности и повышать финансовую результативность. К сожалению, в отечественной экономике большинство предприятий не уделяют достаточного внимания этому вопросу, осуществляя ситуативное управление оборотными активами и не осуществляя углубленного анализа последствий соответствующих изменений. Поэтому вопросы разработки стратегии и тактики принятия решений, определяющих объем оборотных активов по видам, объем и виды инвестиций для их финансирования, а также организацию повседневной работы, обеспечивающей их достаточность и эффективность использования не теряют своей актуальности.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению вопросов повышения эффективности управления оборотными активами предприятия посвятили научные труды такие ученые-экономисты, как: Ф. Бансел, С. Майерс, Ф. Модильяни, М. Миллер, В.Б. Акулова, И.А. Бланк, М.В. Воронина, Л.Н. Павлова и др.

Анализ современной монографической и периодической литературы позволяет сделать вывод о недостаточной теоретической и практической разработанности вопросов в данной области. А сложность и многогранность управления оборотными активами предприятия требуют совершенствования организационно-методического обеспечения изучаемой проблемы.

Поэтому **целью исследования** является выявление и анализ теоретических особенностей процесса, а также разработка практических рекомендаций по совершенствованию инструментария управления оборотными активами субъектов хозяйственной деятельности.

Результаты исследования. Анализ специализированной литературы по вопросам управления оборотными активами позволяет прийти к выводу, что данное направление управления активами предприятия составляет наиболее обширную часть специализированных функций финансового менеджмента. Это связано с большим количеством элементов их внутреннего материально-вещественного и финансового состава, требующих индивидуализации управления; высокой динамикой

трансформации их видов; высокой ролью в обеспечении платежеспособности, рентабельности и других целевых результатов финансовой деятельности предприятия.

Прежде чем перейти к рассмотрению вопросов видового состава оборотных активов, а также инструментария их управлением, остановимся на основных теоретических подходах к пониманию сущности оборотных активов на уровне субъектов хозяйствования. Существуют различные научные взгляды на определение понятия «оборотные активы», основные из которых сведены в табл. 1.

Таблица 1

Определение понятия «оборотные активы»

Авторы	Определение
Бланк И. А.	Экономические ресурсы предприятия в форме совокупных имущественных ценностей, используемых в хозяйственной деятельности с целью получения прибыли [4].
Шеремет А. Д.	Средства, инвестируемые предприятием в текущие операции в течение каждого цикла [2].
Зятковским И.В., Кирейцев Г.Г.	Денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения, обеспечивающих непрерывность процесса производства и проведения расчетов [3].
Горфинкель В.Я.	Активы, которые представляют собой совокупность оборотных фондов и фондов обращения в стоимостной форме. Это денежные средства, необходимые предприятиям для создания производственных запасов на складах и в производстве, для расчетов с поставщиками, бюджетом, для выплаты заработной платы и т.п. [2].
Гиляровская Л.Т., Лысенко Д.В., Эндовицкий Д.А.	Финансовые ресурсы, вложенные в объекты, использование которых осуществляется предприятием либо в рамках одного воспроизводственного цикла, либо в рамках относительно короткого календарного периода (как правило, не более 1 года) [3].
Ковалев В.В.	Мобильные активы предприятия, которые являются денежными средствами или могут быть обращены в них в течение года или одного производственного цикла [2].

Стоит отметить, что в научной литературе подходы к методологии определения оборотных активов характеризуются разнородностью и противоречивостью [1, 2, 4]. Однако обобщение подходов к сущности оборотных активов позволяет определить их как часть активов предприятия, которые возобновляются с определенной регулярностью для обеспечения текущей деятельности и вложение финансовых ресурсов в которые как минимум однократно оборачиваются в течение года или одного операционного цикла, если последний превышает 12 мес.

Важной характерной особенностью оборотных активов является то, что в ходе хозяйственной деятельности происходит постоянная трансформация отдельных их элементов из одного вида в другой. Предприятие покупает сырье и материалы, производит продукцию, затем продает ее (как правило, с отсрочкой платежа), в результате чего образуется дебиторская задолженность, которая через некоторый промежуток времени превращается в денежные средства.

Под управлением оборотными активами следует понимать процесс разработки стратегии и тактики принятия решений, определяющих объем оборотных активов по видам, объем и виды инвестиций для их финансирования, а также организацию

повседневной работы, обеспечивающей их достаточность и эффективность использования.

Опыт хозяйственной деятельности показывает, что наиболее эффективное управление данным видом активов предприятия реализуется в случае разработки и применения соответствующей политики управления оборотными активами. Такая политика (рис. 2) представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающейся в финансовом обеспечении своевременного пополнения оборотных активов и высокой эффективности их использования.



Рис. 2. Содержание и этапность политики управления оборотными активами предприятия

Главная цель управления оборотными активами - оптимизация их величины и ускорение оборота. Оборачиваемость оборотных средств обусловлена временем, необходимым для последовательного прохождения всех стадий кругооборота. Ее ускорение или замедление влияет на важнейшие показатели деятельности предприятия и в итоге – на его финансовое состояние.

Оборачиваемость зависит от размера оборотных средств и объемов произведенной и реализованной продукции. На ее формирование влияет количество оборотов и средних остатков оборотных активов в рассматриваемом периоде. Возможность ускорения оборачиваемости определяется сферами производства и обращения. В сфере производства ускорение достигается совершенствованием организации производственного цикла, внедрением новых высокопроизводительных

технологий, применением более дешевых материалов и соблюдением строжайшего режима экономии.

В сфере обращения – благодаря сокращению сроков отгрузки и реализации готовой продукции, улучшению документооборота и форм расчетов. В результате ускорения оборачиваемости высвобождается часть оборотных активов, сокращаются затраты на их обслуживание, повышается результативность, основным показателем оценки которой является рентабельность оборотных активов.

Выводы. Рекомендации по результатам анализа состояния и движения оборотных активов используются при планировании изменений в их объеме и структуре, а также при совершенствовании всех управленческих действий. При этом повышение эффективности управления оборотными активами предприятия - наиболее активной части его имущества – оказывает существенное влияние на достижение высоких конечных результатов хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. – М.: КноРус, 2013. – 232 с.
2. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: Учебник для бакалавров / М.В. Воронина. – М.: Дашков и К, 2016. – 400 с.
3. Федоренко, Н.О. Анализ факторов, определяющих финансовый результат деятельности предприятия / Н.О. Федоренко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009 – №2. – С. 206-210.
4. Бланк, И. А. Управление использованием капитала / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2014. – 656 с.

Тютюник О.М., студентка

Гришина И.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

olgatyutyunk@yandex.ua

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Актуальность. Процессы преобразования экономики повлекли за собой появление должного внимания к развитию сферы услуг. На сегодняшний день темпы развития отраслей сферы услуг резко возросли и оказывают все большее влияние на экономику государства, характер и структуру потребления населения [4]. Однако процесс экстенсивного наращивания объемов услуг имеет ограничения в вопросах обеспечения эффективности деятельности предприятий сферы услуг, что актуализирует исследования в области повышения конкурентоспособности услуг. Важно отметить, что в условиях рыночной экономики движущей силой конкуренции является стимул к внедрению инноваций. Именно на основе нововведений удастся использовать современную технологию и организацию хозяйственной деятельности, повышать качество услуг, обеспечивать успех и эффективность деятельности предприятия. Решение этих задач требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Существенный вклад в создание теории конкурентоспособности услуг внесли следующие известные ученые:

Г.Л. Азоев, К. Армистед, Б.А. Дубовиков, Г. Долинский, П.С. Завьялов, В.Д. Маркова и другие. Проблемы конкурентного преимущества были детально рассмотрены в работах таких зарубежных авторов, как: М. Портер, Э. Мэнефилд, Х. Фризенвинкель, Э. Деминг, К. Ишикава, А. Фейгенбаум, Ф. Никсон, Дж. Джуран. Однако, не смотря на значительный вклад вышеупомянутых авторов в развитие теории и практики конкурентоспособности предприятий сферы услуг, вопрос остается актуальным.

Цель исследования заключается в исследовании содержания и анализ влияния инноваций на повышение уровня конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

Результаты исследования. Значимость инноваций в современной экономике значительно возрастает. Они становятся основополагающим фактором экономического роста и, как следствие, конкурентным преимуществом. Возрастающая роль инноваций вызвана, во-первых, самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике с целью преодоления кризиса, выхода на путь устойчивого роста и обеспечения конкурентных преимуществ.

Для обеспечения предприятием стабильного конкурентного положения необходима регулярная инновационная активность предприятия, ориентированная на усовершенствование конкурентных преимуществ.

Понятие «инновации» как экономической категории впервые ввел в научный оборот экономист Й. Шумпетер, согласно которому «инновация – это предмет, способ, метод, изменяющий сферу и среду функционирования предприятий» [4].

В соответствии с международными стандартами, инновация представляет собой конечный результат инновационной деятельности, который получил воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или модернизированного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [3, с. 11].

Инновация в сфере услуг представляет из себя новшество в самой услуге, в ее производстве, предоставлении и потреблении, в поведении работников. Инновации могут быть классифицированы по ряду признаков, представленных в табл. 1 [4]:

Таблица 1

Классификация инноваций

Классификационный признак	Вид инновации
1. По степени новизны:	- радикальные (базисные) инновации; - улучшающие инновации; - модификационные инновации.
2. По объекту применения:	- продуктовые инновации; - технологические инновации; - процессные инновации; - комплексные инновации.
3. По масштабам применения:	- отраслевые; - межотраслевые; - региональные; - в рамках предприятия (фирмы).
4. По причинам возникновения:	- реактивные (адаптивные) инновации; - стратегические инновации.
5. По эффективности:	- экономическая; - социальная; - экологическая; - интегральная.

Занимать стабильное положение на рынке и обладать преимуществами перед своими конкурентами – важная задача для любого предприятия сферы услуг. Это является причиной поиска новых систем организации своей деятельности. Активное использование разнообразных инновационных технологий является одним из факторов, способных повысить конкурентоспособность предприятия сферы услуг, что повлечет за собой формирование научно-технической, производственной, финансовой, социальной деятельности.

Предприятие, занимающееся инновационной деятельностью будет считаться успешным, ведь именно инновации хоть и требуют высоких затрат, но в то же время являются источником дохода. Вместе с тем, считать инновационным предприятие, занимающееся только внедрением научно-технических разработок в свою деятельность, будет неправильно. Инновационная активность имеет гораздо более широкое распространение в деятельности предприятия сферы услуг, направленное на повышение его конкурентоспособности не только в вопросах продвижения услуг, но и в вопросах существования и функционирования в системе бизнеса [3].

Руководство предприятия сферы услуг, поставившее себе задачу внедрения инноваций в своей деятельности, может столкнуться с двумя основными проблемами:

1) отсутствие у предприятия практической возможности «представить» услугу клиенту до ее реализации, чтобы получить его одобрение. В случае, если это новая услуга, потребитель сможет оценить ее только после предоставления, в то время как сам процесс предоставления услуги сопряжен с множеством неточностей.

2) экономическая жизнеспособность инноваций, которые обязаны все время подстраиваться к непрогнозируемости потребностей потребителей [1, с. 63].

Инновационная деятельность предприятий сферы услуг неразрывно связана с инновационной стратегией, под которой понимается совокупность генеральных целей на долговременную перспективу и способов их достижения с учетом внутренних особенностей предприятий и внешней среды [2].

В соответствии с условиями микро- и макросреды руководство предприятия имеет возможность выбора одного из двух основополагающих видов инновационных стратегий: адаптационный (пассивный, оборонительный), творческий (активный, наступательный).

В общих чертах сущность адаптационной стратегии заключается в осуществлении частичных, тактических изменений, которые предоставляют возможность усовершенствовать ранее освоенные продукты, технологические процессы, рынки в пределах уже сформировавшихся на предприятии структур и тенденций деятельности. При данных обстоятельствах инновации воспринимаются как контр наступательный конкурентный образ действий, направленный на преобразование внешней среды бизнеса, с целью сохранения ранее завоеванного положения на рынке и препятствования на них конкурентов. В пределах адаптационной стратегий выделяются тактические модели конкурентного поведения, которые основываются на следующих действиях: защитные действия; действия инновационной имитации; действия, направленные на выжидания; действия, направленные на непосредственное реагирование на нужды и запросы потребителей [4].

В общем виде принцип активной наступательной инновационной стратегии заключается в полномасштабном осуществлении стратегических изменений, которые дают возможность в корне преобразить ранее существующие на рынке услуги. Реализуя данную стратегию, у компании появляется возможность открыть принципиально новые отрасли, где при успешных конкурентных действиях, она способна одержать доминирующее положение. Например, Hewlett-Packard, которая на рубеже 80-90-х годов прошлого века преобразилась из мелкой венчурной компании,

одной из сотен тысяч калифорнийских компаний, в одного из лидеров современного компьютерного бизнеса. Такие крупные компании, лидеры мирового бизнеса, как Microsoft, Intel, Apple Computers, Sun Microsystems также в свое время были мелкими фирмами. В рамках активной наступательной инновационной стратегии выделяют тактические модели конкурентного поведения, базирующиеся на следующих действиях: действия, направленные на активные НИОКР; действия, ориентированные на маркетинг; действия, направленные на слияния и приобретения [3].

Выводы. Следовательно, для любого предприятия сферы услуг обеспечение конкурентных преимуществ тесно связано со своевременностью и эффективностью внедрения инновационных технологий в его деятельность, осуществляемых на основе правильно выбранной инновационной стратегии, что в результате повысит конкурентоспособность и выживаемость хозяйственной единицы.

Список литературы:

1. Кириллов, В. Н. Роль инноваций в повышении конкурентоспособности компаний на мировом рынке услуг / В. Н. Кириллов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – № 1. – С. 62-68.
2. Пашигорева, Г. И. Экономика непродовольственной сферы [Электронный ресурс] / Г.И. Пашигорева // Евразийский международный научно-аналитический журнал. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=993> (дата обращения 20.04.2019).
3. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Ю. Б. Рубин. – 4-е изд. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004. – 605 с.
4. Уткин, Н. Е. Повышение конкурентоспособности предприятий сферы услуг: На примере услуг связи: автореф. дис. канд. эконом. наук / Н.Е. Уткин; Волго-Вятская ГСХА. – Нижний Новгород, 2005. – 142 с.

Тислицкая А.Г., студентка

Горбань С.Н., к.э.н, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

tisnas@ukr.net

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность выбранной темы заключается в том, что конфликты неизбежны в любой организации и поэтому управление конфликтами является одним из важнейших направлений деятельности каждого руководителя. От того, насколько проработанной является система управления конфликтами, зависит конечный результат деятельности организации. При эффективной системе управления цель организации достигается в кратчайшие сроки с высокими показателями, в то же время при отсутствии слаженной системы управления конфликтами в работе коллектива наблюдается разлад и низкая производительность труда. Таким образом, рассмотрение механизма управления конфликтами является важным вопросом современности, так как его применение может способствовать повышению эффективности управления организацией.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением проблемы управления конфликтами в организации занимались многие ученые, среди которых можно выделить Г. Зиммеля, К. Болдинга, Л. Козера, В. Дружинина, Д. Конторова и других.

Цель исследования. Проанализировать и охарактеризовать сущность и основные причины возникновения конфликтов в организации и определить основные способы управления конфликтами.

Результаты исследования. Конфликт представляет собой столкновение двух противоположно направленных мнений, взглядов, интересов. Современная точка зрения заключается в том, что многие конфликты в рамках организации не только допустимы, но и желательны по следующим причинам:

1. Они позволяют обратить внимание на скрытые проблемы и процессы, а также проанализировать различные точки зрения, чтобы более детально разобраться в ситуации, спровоцировавшей конфликт и найти приемлемые для каждой из сторон решения.

2. Конфликты ведут к изменениям, перестройке существующих и образованию новых механизмов, к консолидации групп, а также улучшению внутренних отношений, укреплению взаимопонимания, сплоченности и сотрудничества в коллективе.

3. Конфликты стимулируют активность людей, творческий потенциал, а также появление новых идей и готовность к переменам.

К основным причинам конфликтов в организации можно отнести следующие:

- нечеткое распределение прав и обязанностей между сотрудниками;
- неправильные действия одного или нескольких членов группы, наносящие ущерб общему делу или срывающие достижение общей групповой цели;
- расхождение во мнениях, интересах, оценках, суждениях;
- личная неприязнь одного из членов группы к другому (другим), препятствующая их сотрудничеству и достижению общей цели.

В зависимости от личностных характеристик каждого индивидуума, принимающего активное участие в конфликте, можно выделить несколько типов поведения, характерных для человека:

- соперничество (конкуренция);
- приспособление;
- избегание;
- сотрудничество;
- компромисс (рис.1).



Рис. 1. Типы поведения индивидуумов в конфликтной ситуации

Соперничество используется только в том случае, если исход конфликта очень важен и участник делает большую ставку на свое решение возникшей проблемы, а также обладает значительной властью и авторитетом.

Приспособление. Данный стиль может быть применен тогда, когда основной задачей является восстановление спокойствия и стабильности в коллективе, а не разрешение конфликтной ситуации, а предмет разногласия не столь важен.

Избегание рекомендуется использовать в ситуациях, когда источник конфликта тривиален и несущественен по сравнению с другими более важными задачами, а у оппонента недостаточно власти для решения проблемы желательным для него способом.

Сотрудничество требует продолжительной работы с участием каждой из сторон. Его используют в случаях, когда необходимо найти общее заключение, если каждый из подходов к проблеме важен и не допускает компромиссных решений.

Стиль компромисса схож со стилем сотрудничества, однако он осуществляется на более поверхностном уровне, так как каждая из сторон уступает в чем-то оппоненту. Такой подход применим в ситуациях, когда обе стороны имеют одинаково убедительные аргументы и обладают одинаковой властью.

На сегодняшний день разработано немало всевозможных рекомендаций, касающихся различных аспектов поведения людей в ситуациях конфликта, выбора соответствующих стратегий и средств их разрешения, а также управления ими.

Важно рассмотреть, как действия самих участников конфликта, так и действия, роль посредника, которым может быть и руководитель.

Можно выделить следующие основные способы разрешения конфликта:

- арбитраж – стратегия, в рамках которой третья сторона выступает в роли арбитра, судьи, принимающего решение в спорных ситуациях между другими людьми (группами людей);

- посредничество представляет собой содействие третьей стороны двум другим в поисках соглашения в спорной или конфликтной ситуации. При выборе данной стратегии чаще всего руководитель является лицом, осуществляющим посредническую деятельность;

- переговоры – стратегия, при которой стороны пытаются добиться хотя бы части желаемого, пойти на определенные компромиссы.

Вывод. Таким образом, конфликт представляет собой столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов, или субъектов взаимодействия.

Основными причинами конфликтов являются различия в целях и в ценностях, различия в манере поведения, плохие коммуникации, несбалансированность рабочих мест, недостаточная мотивация и другие. В зависимости от личностных особенностей каждого индивидуума выделяются различные типы поведения в конфликтных ситуациях. Для разрешения конфликтов между сотрудниками в организации опытный управленец может обратиться к таким методам, как арбитраж, посредничество и переговоры.

Список литературы:

1. Москвин, В.А. Анатомия трудового конфликта: практическое пособие / В.А. Москвин. – М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 150 с.
2. Козырев, Г.И. Конфликтология: учебник / Г.И. Козырев. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.
3. Репина, Е.А. Основы менеджмента: учебное пособие / М.А. Чернышев, Т.Ю. Анощенко. – М.: НИЦ ИНФРА-М: Академцентр, 2013. – 240с.
4. Соснин, В.А. Социальная психология: Учебник / В. А. Соснин, Е.А. Красникова. – М.: Форум, ИНФРА-М, 2015. – 336 с.
5. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева и др.; под ред. А.Я. Кибанова; ГУУ - 4-е изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 695 с.

Чурсина Н.А., аспирант
Инговатова В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный
университет имени Владимира Даля»
nataniel888@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На сегодняшний день для достижения высоких конкурентных позиций предприятий на международном рынке существует необходимость в переосмыслении подходов к реализации внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предприятий. В настоящее время, уровень международной конкуренции достиг высокого уровня, а участникам внешнеэкономической деятельности приходится конкурировать продукцией и усиливать свою мобильность и адаптивность систем управления. Механизм реализации внешнеэкономической деятельности во многом основывается на стратегическом управлении и активно реагирует на постоянно изменяющиеся условия внешней среды. В связи с этим, реализация внешнеэкономической деятельности заключается в эффективном стратегическом управлении, от которого будет зависеть характер и формы работы предприятия на международном рынке.

Проблемы реализации внешнеэкономической деятельности изучались такими учеными как Е.М. Азарян, А.И. Амоша, В.Г. Андрийчук, Л.В. Батченко, В.И. Богачева, В.И. Бойко, В.Н. Гончарова, С.Н. Кваши, А.И. Кредисова, П.Т. Саблука, В.Г. Ткаченко, Н.В. Шашло и др. Среди зарубежных ученых можно выделить таких как Д. Абелл, А. Томпсон, Дж. Стрикленд, М. Портер, И. Ансофф, Р. Уотермен, Т. Питерс, Р. Минцберг, Г. Гриффин, А. Акофф, Р. Каплан, Д. Нортон, Ф. Тейлор.

Актуальность совершенствования организационно-экономического механизма реализации внешнеэкономической деятельностью обусловлена потребностью в разработке эффективного инструментария для осуществления качественного отбора вариантов в процессе стратегического управления и растущей значимостью внешнеэкономической деятельности для экономики страны – с другой.

В целях повышения эффективности внешнеэкономической деятельности имеет огромное значение система управления, которая работает как целостный, единый механизм. Однако на практике многие предприятия, основанные на традиционных методах управления, сталкиваются с проблемами, когда они не могут обеспечить результативность и согласованность действий на отдельных этапах процесса внешнеэкономической деятельности, что создает, в свою очередь, удар по успешности и конкурентоспособности предприятия в целом. В связи с этим, существует необходимость пересмотра традиционных подходов к управлению предприятием и построением инновационного механизма реализации внешнеэкономической деятельности на основе системы стратегического управления, что непременно будет способствовать укреплению конкурентоспособности предприятия на международном рынке.

Изучение теоретической базы теории систем позволило определить систему стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия как комплекс элементов управления, взаимосвязанных между собой и обеспечивающих решение тех проблем, которые непосредственно стоят перед предприятием на зарубежных рынках. В последнее время вопросами развития и совершенствования стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия

занимались Буйкин В.Ю., Кузубов А.А., Лазарева Н.О., Петухов В.Д., Чирва О.Г., Шашло Н.В. и др.

Таким образом, можно выделить пять подходов к разработке стратегии в организационно-экономического механизма реализации внешнеэкономической деятельности:

формальный (И. Ансофф);
стихийный (Д. Куинн, Г. Минцберг, Ю. Рубин);
подход позиционирования (М. Портер, А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, М.Х. Мескон, Жан-Жак Ламбен, А. Поршневу);
маркетинговый (Ф. Котлер);
подход, основанный на концепции BSCol (Balanced Scorecard Collaborative) (Д. Нортон и Р. Каплан).

Вышеперечисленные подходы обладают определенной самостоятельностью в использовании, однако применение в деятельности предприятий каждой отдельно взятой стратегии достаточно ограничено, так как по-отдельности они отражают только одну из сторон процесса формирования стратегии внешнеэкономической деятельности. Поэтому, наиболее эффективным был выделен комплекс, сочетающий в себе несколько подходов:

позиционирования;
подхода, основанного на концепции BSCol с адаптацией к конкретной деятельности предприятия.

Комплекс сбалансированной системы показателей и индикаторов Balanced ScoreCard (BSC) является универсальным инструментом, позволяющим по-новому построить систему управления внешнеэкономической деятельностью. Модель BSC сохраняет баланс и выстраивает связь между финансовыми и нефинансовыми индикаторами, между различными материальными и нематериальными показателями, внутренними и внешними аспектами внешнеэкономической деятельности предприятия, которые являются движущими силами и результатами деятельности на внешнем рынке [2].

Сбалансированная система показателей позволяет создать новую систему управления, которую составляют три четкие составляющие:

1. Стратегия. Сбалансированная система показателей позволяет сформулировать стратегию и довести ее до всех работников предприятия таким образом, что каждый поймет ее сущность и действенность.

2. Ориентир. Сбалансированная система показателей используется в качестве ориентира. Все ресурсы и действия приводятся в стратегическое соответствие с программой.

3. Организация заключается в развитии мобильности сотрудников предприятия, их адаптационной способности для работы в совершенно новых условиях, установлении новых организационных связей между другими предприятиями, вспомогательными подразделениями и отдельными сотрудниками.

Реализация внешнеэкономической деятельности требует от предприятия взаимодействия с партнерами, взаимодействие с которыми может способствовать усилению конкурентной позиции на международном рынке. Целесообразно выделить перспективу взаимоотношений с партнерами в отдельный раздел системы сбалансированных показателей, в рамках которой будут устанавливаться как стратегическая цель, так и ключевые показатели результативности мероприятий по установлению этих взаимоотношений.

В ходе исследования механизма реализации внешнеэкономической деятельности на основе формирования стратегии управления была разработана система индикаторов,

характеризующих стратегические цели и сущность составляющих сбалансированной системы показателей внешнеэкономической деятельности, представленных результативными и факторными показателями (табл. 1).

Таблица 1

Индикаторы, характеризующие сбалансированную систему показателей внешнеэкономической деятельности предприятия

Составляющие индикаторов:	
Бизнес-процессы:	
Б1	Валютная эффективность экспорта;
Б2	Экономический эффект от экспорта;
Б3	Рентабельность экспортных операций.
Взаимоотношения с посредниками:	
П1	Товарная структура экспорта, реализуемой с помощью посредника;
П2	Географическая структура экспорта, реализуемой с помощью посредника;
П3	Коэффициент выполнения обязательств по экспорту: по стоимости, по физическому объему, по цене;
П4	Рентабельность экспортных продаж, осуществляемых с помощью посредника.
Инфраструктура предприятия:	
И1	Индекс удовлетворенности сотрудников;
И2	Показатели повышения квалификации сотрудников;
И3	Показатели оснащенности предприятия материально-технической базой;
И4	Эффективность приобретения и использования импортного оборудования.
Клиентская:	
К1	Индекс удовлетворенности потребителей;
К2	Прирост выручки от продаж новым и постоянным потребителям;
К3	Прирост выручки от продаж новым и постоянным потребителям;
К4	Прибыль от продаж на внешнем рынке новым и постоянным потребителям;
К5	Оценка доли собственного сегмента внешнего рынка;
К6	Оценка клиентской базы;
К7	Географическая структура экспорта;
К8	Круг сегментов внешнего рынка;
К9	Коэффициент широты ассортимента предлагаемой продукции.
Финансовая:	
Ф1	Объем экспорта продукции (за отчетный период);
Ф2	Объем затрат на экспорт;
Ф3	Темп роста прибыли на внешнем рынке;
Ф4	Индексы динамики, стоимости, цен, количества продукции;
Ф5	Коэффициент выполнения обязательств по экспорту, цене;
Ф6	Коэффициент отдачи средств от экспортной операции;
Ф7	Средняя продолжительность оборота экспортной операции;
Ф8	Рентабельность экспорта;
Ф9	Рентабельность собственного капитала;
Ф10	Структура накладных расходов на экспорт.
Особые предписания, связанные с деятельностью на внешнем рынке	
СП	Непредвиденные обстоятельства (форс-мажор).

Принцип построения организационно-экономического механизма реализации внешнеэкономической деятельности сводится к тому, что на этапах внедрения стратегии управления, мероприятий по осуществлению оценки и контроля предприятия, следует учитывать индикаторы сбалансированной системы показателей BSC.

Организационно-экономический механизм является результатом действия системы внутренних и внешних факторов функционирования и развития предприятия. Вместе с тем, он выступает и определяющим фактором эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия, будучи инструментом достижения

поставленной цели. К характеристикам, которые раскрывают сущность этого механизма, относятся:

элементность – механизм рассматривается как организующая система взаимосвязей между структурными элементами;

функциональность – механизм как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определенной цели;

процессность – механизм как процесс подготовки и принятия управленческих решений.

Таким образом, организационно-экономический механизм реализации внешнеэкономической деятельности образует собой совокупность методов взаимодействия управленческих, организационно-функциональных, финансово-экономических, производственных, информационных процессов на всех уровнях управления предприятием, что способствует укреплению конкурентных позиций и преимуществ, увеличению эффективности деятельности предприятия в целом.

Список литературы:

1. Каплан, Р. Организация, ориентированная на стратегию: как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. – 3-е изд., испр. и доп. / Р. Каплан., Нортон Д. – М: Олимп-Бизнес, 2016. – 416 с.

2. Каплан, Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд., испр. и доп. / Р. Каплан, Д. Нортон. – М: Олимп-Бизнес, 2014. – 320 с.

3. Гончаров, В.Н. Основы корпоративного управления: учебное пособие / В.Н. Гончаров, С.В. Захаров, Н.В. Зось-Киор, В.Ю. Ильин, И.Н. Шпилевой, Е.В. Гончаров. – Новочеркасск: ЮРГПУ(НПИ), 2014. – 280 с.

4. Пузикова, Е.А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.А. Пузикова, В.В. Свечникова, Н.И. Тришкина. – Электрон. дан. – Москва: ФЛИНТА, 2018. – 131 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110569> (дата обращения 20.04.2019).

5. Управление внешнеэкономической деятельностью: учеб. пособие / под ред. А.И. Кредисова. – 2-е изд. – К., 2001. – 630 с.

6. Шашло, Н.В. Стратегия развития внешнеэкономической деятельности предприятий АПК Украины: моногр. / Н.В. Шашло. – Луганск: Изд-во «Элтон-2», 2011. – 240 с.

Шаповалова М.В., студентка

Вертиль Н.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

shapomasha@ukr.net

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Корпоративная культура, как ресурс организации, бесценна. Она может быть эффективным средством управления персоналом и незаменимым маркетинговым инструментом. Развитая культура формирует имидж компании, а также является неотъемлемой частью процесса построения бренда.

Актуальность темы обусловлена ростом конкуренции в сфере обслуживания, производства товаров и услуг и необходимостью формирования конкурентных преимуществ, одним из которых является корпоративная культура.

Исследованием проблем корпоративной культуры занимались такие учёные как Э. Джекс, Х. Шварц и С. Дэвис, П. Б. Вейл, Эдгар Шейн, К. Голд, Г. Морган, А. Н. Крылов, О. Н. Шинкаренко.

Целью данной работы является определить сущность определения корпоративная культура.

В современной литературе существует довольно много трактовок понятия «корпоративная культура». Сравнивая понятия из различных источников можно заметить, что оно, как и многие другие термины организационно-правовых дисциплин этот не имеет единого толкования. В современной учебной и научной литературе насчитывается около 50 понятий «корпоративной культуры». Для того, чтобы сформировать общее определение необходимо представить таблицу 1, в которой будут соотнесены определения и выделены следующие дефиниции.

Таблица 1

Дефиниции понятия «корпоративная культура»

Дефиниции	Словарь	Словарь терминов антикризисного управления	Э. Джекс	Х. Шварц и С. Дэвис	П. Б. Вейл	К. Голд	Эдгар Шейн	Г. Морган	А. Н. Крылов	О. Н. Шинкаренко	Словарь бизнес-терминов	Словарь терминов антикризисного управления	Словарь терминов антикризисного управления	Учебный словарь терминов рекламы	Словарь терминов антикриз. управления
Модель поведения	+								+						+
Образ мышления			+										+		
Совокупность ценностей							+	+	+		+	+		+	
Внутренняя интеграция	+						+								
Стратегия развития											+				
Рамки поведения		+			+		+		+					+	
Разделяема членами орг.	+	+	+	+			+			+	+			+	+
Комплекс		+		+			+				+			+	

По результатам таблицы можно наблюдать, что чаще всего встречаются такие дефиниции в понятии «корпоративная культура» как совокупность ценностей и то, что культура разделяема между членами организациями.

Исходя из вышесказанного, тогда под корпоративная культурой мы можем понимать совокупность ценностей, которая разделяема всеми членами организации, так-же передаваема новым работникам как единственно верная и правильная.

Из этого можно сделать вывод, что корпоративная культура представляет собой неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведении.

Список литературы:

1. Юн, Г.Б. Словарь терминов антикризисного управления / Г.Б. Юн, Г.К. Таль, В.В. Григорьев. – Дело: Москва, 2003. - 448 с.

2. Галкина, Т.П. Социология управления от группы к команде. / Т.П. Галкина // М.: Финансы и статистика. – 2014. – № 4 (11). – С. 80-82.

3. Жабина, С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании / С.Г. Жабина. – М.: Академия, 2016. – 336 с.

4. Шаркова, А.В. Словарь бизнес-терминов / А.В. Шаркова [и др.] – Дашков и Ко.: Питер, 2017. – 320 с.

5. Радченко И. А., Учебный словарь терминов рекламы / И. А. Радченко. – М.: СГА, 2006. – 249 с.

Шмараева А.В., студентка

Еременко А.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

ari530@yandex.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

Актуальность. Развитие малого бизнеса является одним из перспективных направлений создания конкурентно-рыночной среды отечественной экономики. В условиях дестабилизации экономики, ограниченности финансовых ресурсов именно субъекты малого бизнеса не требуют больших начальных инвестиций, характеризуются быстрой окупаемостью затрат, более активны в инновационной сфере, способны стимулировать структурную перестройку экономики, развитие экономической конкуренции, способствуют ослаблению монополизма, создают дополнительные рабочие места, насыщают рынок товарами и услугами.

Анализ последних исследований и публикаций. Весомый вклад в исследование вопросов предпринимательства в 18 – 19 ст. сделали западные ученые-экономисты Р. Кантильон, А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршалл, а в начале 20 ст. – М. Вебер, В. Зобарт, Й. Шумпетер.

Среди современных отечественных исследователей, которые занимались данной проблематикой, необходимо отметить Л. Воротина, Ю. Клочка, В. Кредисова, И. Кузнецова, Ю. Пахомова, В. Рыбалкина, В. Новикова, О. Турчинова.

Характеризуя состояние изученности проблемы управления предприятиями малого бизнеса, следует отметить, что анализ современной монографической и периодической литературы позволяет сделать вывод о недостаточной теоретической и практической разработанности вопросов в данной области. Сложность и многогранность данной проблемы требуют дальнейшего совершенствования организационно-методического обеспечения процесса оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса.

Поэтому **целью исследования** является изучение основ и особенностей оценки эффективности управления предприятиями малого бизнеса.

Результаты исследования. Переход к рыночным отношениям связан с формированием «среднего класса» как наиболее мобильного и значимого социального слоя населения, что является важным элементом современного цивилизованного общества[3]. Именно малый бизнес – источник формирования «среднего класса», а так же исходная социально-экономическая база воспроизведения на расширенной основе эффективных производственных отношений.

В хозяйственной практике под малым бизнесом (малым предпринимательством) понимается деятельность малых предприятий различных видов экономической

деятельности и организационно-правовых форм, а также физических лиц предпринимателей с целью получения прибыли [2].

Таблица 1

Роль малого предпринимательства	
Малый бизнес	
Это:	
- ведущий сектор рыночной экономики	
- основа мелкотоварного производства	
Определяет:	
- темпы экономического роста	
- структуру и качественную характеристику ВВП	
- степень демократизации общества	
Характеризуется:	
- быстрой окупаемостью затрат	
- высокой мобильностью	
- рациональными формами управления	
Обеспечивает:	
- насыщение рынка товарами и услугами	
- реализация инноваций	
- дополнительные рабочие места	
Формирует:	
- социальную прослойку предприятий-собственников	
- основу среднего класса	
Способствует:	
- ослаблению монополизму	
- развитие конкуренции	

К сектору малого бизнеса в России относят предприятия с выручкой от реализации продукции без учета косвенных налогов на бизнес 800 млн. руб. и численностью до 100 человек, в США - с объемом продаж 10 млн. евро и численностью рабочих 10 - 49 чел, а в Германии – с годовым оборотом до 1 млн. евро и численностью до 9 чел [1].

Таблица 2

Сравнительная характеристика малого бизнеса в разных странах			
Направления анализа	Россия	США	Германия
1	2	3	4
Открытие бизнеса	Регистрация предприятий включает 8 процедур и занимает 18 дней.	Регистрация предприятий занимает 6 дней, включает 6 процедур.	Регистрация предприятий занимает 15 дней, включает 9 процедур.
Налогообложение	Общая налоговая ставка – 54%. Возможны несколько видов льготного налогообложения для малого бизнеса. Высокие ставки отчисления по страховым взносам - 34%.	Общая налоговая ставка составляет 46,7%. Льготы для малого бизнеса: за первые \$50 тыс. - 15% от облагаемого дохода, за следующие \$25 тыс. – 25%, а на оставшуюся сумму начисляется 34%.	Общая налоговая ставка 46,8%, налог на прибыль 18,9%, налог и выплаты на заработную плату 21,9% от прибыли; необходимое время 207 часов. Первые два года существования малое предприятие освобождается от всех выплат.

Окончание таблицы 2

1	2	3	4
Регистрация собственности	Регистрация собственности занимает в России 44 дня, включает 5 процедуры.	Регистрация собственности занимает в США 12 дней, включает 4 процедуры. Стоимость процедуры – 3,5% от стоимости собственности.	Регистрация собственности занимает в Германии 40 дней, включает 5 процедуры.
Государственный орган, занимающийся поддержкой малого бизнеса	Отсутствие центрального государственного органа, занимающегося поддержкой малого бизнеса. Данным вопросом занимается несколько органов и организаций.	SBA– правительственная организация, обеспечивающая малому бизнесу государственную поддержку всех видов, в том числе правовую.	Директорат малого и среднего бизнеса – правительственный орган, поддерживающий малый бизнес в Германии.
Доля малого бизнеса в ВВП	Более 20%.	Более 50%.	Более 50%.

Сравнительная характеристика малого бизнеса России, США и Германии показывают, что существуют различия по налогообложению, принципам организации, доли малого бизнеса в ВВП и в управлении предприятием. Нельзя однозначно сказать, в какой стране малый бизнес функционирует в наиболее благоприятной среде, а также нельзя выделить унифицированные признаки, по которым субъекты хозяйствования относятся к сфере малого предпринимательства. Но неоспоримым является тот факт, что каждый менеджер должен быть знаком с рассмотренными подходами, так как от степени владения данной информацией в значительной мере зависит выбор контрагентов в рамках хозяйственной деятельности, выбор системы налогообложения, инструментов управления и т.д.

Результаты исследования. В структуре современной смешанной экономики органично сосуществуют малый, средний и большое предпринимательство. Но, в отличие от двух последних, малый бизнес является ведущим сектором рыночной экономики, формирует конкурентную среду, оперативно реагирует на изменения конъюнктуры, осуществляет прорывы в важных направлениях научно-технического прогресса. Поэтому малое предпринимательство является неотъемлемой частью рыночной хозяйственной системы, без чего такая экономика и общество в целом не могут не только развиваться, но и существовать.

Список литературы:

1. Губин, Е.П. Государственное регулирование рыночной экономики и предпринимательства. Правовые проблемы / Е.П. Губин. – М.: ЮРИСТЪ, 2016. – 320 с.
2. Виленский, А.В. Малый и средний бизнес в крупном мегаполисе / А.В. Виленский. – М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2013. – 488 с.
3. Кузьмичев, А.Д. Отечественное предпринимательство / А.Д. Кузьмичев. – М.: Прогресс-Академия, 2015. – 192 с.

Штреккер А.В., студент
Оленичева Ю.А. к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
ira.shtrekker@mail.ru

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность. В современной системе хозяйствования, для успешного развития предприятия и его конкурентоспособности в экономическом пространстве, важную роль играют кадры. Правильно организованная кадровая политика в организации, в частности в муниципальных органах, является залогом развития инфраструктуры городов, районов и в целом Республики, а также для поднятия жизненного уровня людей. Таким образом, необходимость теоретических и практических разработок в вопросах усовершенствования организации профессионального подбора кадров на современном промышленном предприятии обусловила актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. Ведущими отечественными и зарубежными учеными были проведены исследования в области процесса подбора персонала, предположены различные аспекты технологии найма, подбора, расстановки кадров, их обучения, деловой оценки, регуляции кадровых процессов организации, которые рассматривались в работах таких ученых, как Ю. В. Астахов, И. Б. Дураковой, О. Н. Аллина, Н. И. Сальниковой, Н. В. Федоровой, О. Ю. Минченковой, А.О. Блинова, О. В. Василевской, Е.В. Горшенина и др., однако, однозначного толкования данного термина в управлении еще не сложилось.

Цель исследования заключается в теоретическом обосновании и разработке системы подбора персонала, с пригодностью претендентов обучении сложным, ответственным профессиям, которые будут соответствовать предлагаемым вакансиям.

Одним из важнейших институтов демократического общества является местное самоуправление. С его деятельностью неизбежно сталкивается каждый гражданин и, разумеется, каждый специалист в области экономики и управления. Поэтому структуры власти нуждаются в высококвалифицированных кадрах, которые способны эффективно управлять муниципальной собственностью. Это природные ресурсы, финансы, предприятия, а также учреждения, объекты городской инфраструктуры, социальная сфера, они должны разрабатывать и реализовывать программы развития, а также привлекать к этой работе все слои населения и общественные объединения граждан.

В прошлом руководитель нередко выбирал работника без помощи кадровых служб. Он полагался на свою интуицию и опыт, а также на рекомендации с прежнего места работы. Частые ошибки приводили к увольнению работника и его замене новым. Такой подход в современных условиях становится не только неэффективным с точки зрения обеспечения потребностей в квалифицированной рабочей силе, но и попросту дорогостоящим.

Основные положения работы направлены на совершенствование системы подбора персонала, которая должна быть спланирована таким образом, чтобы постоянно добиваться увеличения в составе рабочей силы предприятия тех людей, кто обладает хорошими знаниями, навыками, деловыми и личностными качествами и следить за тем, чтобы таких работников становилось все больше в каждом подразделении. Подбор персонала представляет собой процесс отбора подходящих кандидатур, на вакантные рабочие и руководящие места, исходя из имеющегося кадрового резерва прежде всего в организации, а также на бирже труда.

При отборе на должность из числа работников организации важно иметь в виду, что оценка деятельности работников не дает полной информации о возможностях работника при продвижении на вышестоящую должность или переводе на какую-то иную. Многие работники теряют эффективность при перемещении с одного уровня на другой или с работы функционального характера на должность линейного руководителя и наоборот. Переход от работы с однородными функциями на работу с функциями разнородными, от работы, ограниченной главным образом внутренними отношениями, на работу с многочисленными внешними связями - все эти перемещения предполагают критические изменения, которые ослабляют ценность итогов оценки деятельности как показателя будущих успехов.

От качества подбора персонала зависит эффективность работы организационной единицы и использование остальных ресурсов организации.

Поэтому очень важно постоянно проводить *оценку эффективности подбора персонала*, совершенствовать управление процессом подбора персонала. Для этого необходимо знать, в чем именно (и насколько) существующая модель отклоняется в своих параметрах от эталонной. Чтобы получить ответ на данный вопрос, в ходе всего процесса - на каждом этапе - реализуются функции учета и контроля его составляющих. По завершении процесса собранная таким образом информация позволяет провести оценку его эффективности.

Существуют количественные и качественные методы оценки эффективности. Выбор методов и параметров анализа эффективности (как и необходимых источников информации) и их оценка зависит от целей, которые ставит организация

Выбор методов оценки персонала для каждой организации является уникальной задачей, решить которую может только руководство самой организации.

Условно все методы исследования организации можно подразделить на три основных подхода: гуманитарный, инженерный и эмпирический. Методы оценки персонала в большей степени относятся к эмпирическому подходу, так как основываются на распространении успешного отраслевого или функционального опыта, использовании прецедентного опыта в принятии решений. В большинстве случаев оценка – это сравнение полученных в ходе исследования характеристик с характеристиками «эталонного образца». Методы эмпирических исследований принято разделять на количественные и качественные [1,с.223-225]. Планирование и контроль деловой карьеры заключаются в том, что с момента принятия работника в организацию и до предполагаемого увольнения с работы необходимо организовать планомерное горизонтальное и вертикальное продвижение работника по системе должностей или рабочих мест.

Результат. Выявлены особенности формирования стратегии управления персоналом в системе управления предприятием с учетом концепции жизненного цикла предприятия. Работник должен знать не только свои перспективы на краткосрочный и долгосрочный период, но и то, каких показателей он должен добиться, чтобы рассчитывать на продвижение по службе.

Ныне кадровые службы не отвечают уже новым требованиям кадровой политики. Их деятельность ограничивается в основном решением вопросов приема и увольнения работников, оформления кадровой документации. Отсутствует на предприятиях и единая система работы с кадрами, прежде всего система научно обоснованного изучения способностей и склонностей, профессионального и должностного продвижения работников в соответствии с их деловыми и личными качествами. Структура кадровых служб, качественный состав и уровень оплаты труда их работников не соответствуют задачам реализации активной кадровой политики. В

стране практически не ведется подготовка специалистов для работы в кадровых службах.

В результате исследования были получены следующие выводы:

Обоснованно становление понимания роли кадровых служб в современном мире продиктовано следующими объективными обстоятельствами:

1. В настоящее время существенно изменились условия, в которых кадровая служба развивается. Эти изменения связаны с переходом устойчивого во времени дефицита трудовых ресурсов к их избытку. Главными резервами становятся лучшее использование кадров, оптимальное их распределение по рабочим местам, возрастание нагрузки на каждого члена коллектива. Важнейшим рычагом повышения эффективности производств является сокращение численности персонала.

2. Более высокая квалификация работника приводит к уменьшению численности персонала, компенсируя большей интенсивностью труда, а значит, и более высокой квалификацией работника. В связи с этим возрастает ответственность кадровых служб в выборе направлений квалификационного роста работников, в повышении эффективности форм обучения и стимулирования их труда.

3. модернизация кадровой политики предусматривает увеличение для работников кадровых служб, их функциональных обязанностей, а также их самостоятельности в решении кадровых проблем.

Как видно, подбор персонала является длительным и зачастую дорогостоящим процессом. Цена ошибки, которая может состоять как в выборе не обладающего необходимыми компетенциями сотрудника, так и в уходе не прижившегося в компании таланта, может измеряться многими миллионами долларов. Такого рода задача должна и может решаться только в условиях взаимодействия между кадровой службой и операционным менеджментом. На сегодняшний день соответствующая настройка бизнес-процессов выходит в число приоритетов кадровиков крупных корпораций

Таким образом, основой формирования персонала предприятия должно стать создание системы кадрового обеспечения организации, позволяющей определить общую численность работников, рациональную структуру по категориям, качественный состав, уровень использования совокупного фонда рабочего времени, состояния мотивации труда. Для этого на предприятии необходимо разработать алгоритм диагностики эффективности работы организационной структуры.

Список литературы:

1. Астахов, Ю. В. Кадровые технологии в системе муниципальной службы. Опыт, проблемы, перспективы / Ю.В. Астахов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2008. – №14. – С. 223-225.

2. Горшенина, Е.В. Занятость и безработицы / Е.В. Горшенина // Экономические исследования, 2017. – С. 5.

3. Официальный сайт РЦЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kharkovchane.ru/2016/05/18/centr-zanyatosti-dnr-obnovil-bazu-vakansij/> (дата обращения 26.09.18).

4. Нормативные акты, регулирующие трудовые отношения в российской федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/9069 (дата обращения 27.09. 18)

5. ИД «Управление персоналом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.top-personal.ru (дата обращения 27.09. 18).

Яковенко А.А., студентка
Кравец Е.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
yakovenkoa432100@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ООО «ДОНЭКС»

Новшества и инновации, внедряемые на предприятия, технического и организационного характера должны подтверждаться расчетами экономического эффекта. На данный момент методики расчета организационных изменений в рамках определенного предприятия достаточно стандартны, а вот расчеты эффекта от программ внедрения экологического менеджмента пока не имеет постоянной и единой методической базы. Следует отметить, что необходимость экологического менеджмента обусловлена ухудшающимся состоянием окружающей среды и закономерными тенденциями развития современного производства. Развитие систем экологического менеджмента приносит организациям экономические преимущества, что и обуславливает **актуальность** темы исследования.

Целью исследования является определение и расчет экономического эффекта от внедрения системы экологического менеджмента на машиностроительном предприятии ООО «ДОНЭКС».

Анализ последних исследований и публикаций. 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., Крупининой Н. Н. и многих других авторов [1].

Однако, следует отметить, что в современных условиях возникает необходимость разработки новых методов и инструментов экологического менеджмента, а также оценка и анализ эффективности от их внедрения.

Результаты исследования. Система экологического менеджмента (СЭМ) является общей частью менеджмента организации, которая направлена на использование разработки и внедрения экологической политики, а также целей и задач при управлении воздействиями на окружающую среду. Данная система направлена и призвана сократить негативное воздействие на окружающую среду.

На данный момент многие авторы по-разному определяют понятие экологического менеджмента, а также рассматривают эффект от внедрения экологического менеджмента основываясь на методиках расчета эффекта от природопользования. Хотя стоит отметить, что экологический менеджмент является более масштабным от природопользования [2, 3].

В основном выделяют три основных видов эффекта от природоохранной деятельности:

- социальный эффект;
- экологический эффект;
- экономический эффект.

Результаты от внедрения экологического менеджмента в рамках каждого из вышеперечисленного эффекта приведены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты от внедрения экологического менеджмента

Вид эффекта	Результаты от внедрения
1. Социальный эффект	- увеличение производительности за счет увеличения работоспособности персонала.
2. Экономический эффект	-снижение платежей за загрязнение; -снижение штрафов; - снижение платежей за природные ресурсы; - увеличение прибыли.
3. Экологический эффект	- эффективное использование ресурсов; - снижение загрязнения природной среды; - переработка отходов, экономия энергии и ресурсов.

Специалисты и эксперты в данной области считают, что уменьшение количества платежей и штрафов за загрязнение окружающей среды недостаточно мотивирует руководство предприятия к внедрению системы экологического менеджмента. К примеру, проводились расчеты на одном из машиностроительных предприятия г. Екатеринбурга, которые выявили, что предприятие может постепенно снижать загрязнение, при этом, соответственно, снижается и плата за него [2].

В связи с этим, необходимо рассмотреть снижение платежей за загрязнение на единицу продукции. Данный показатель более точно показывает экономический эффект от внедрения системы экологического менеджмента.

Рассмотрим, каким образом происходит снижение платежей на единицу выпускаемой продукции на машиностроительном предприятии ООО «ДОНЭКС» (табл. 2) расчет произведем по формуле (1):

$$P_{ед} = \frac{\sum P_{общ}}{B}, \quad (1)$$

где $P_{общ}$ – суммарная плата за выбросы, сбросы, отходы, тыс. руб.;

B – выручка предприятия, тыс. руб.

Таблица 2

Плата за загрязнение единицы выпускаемой продукции

Наименование показателей	Год	
	2016	2017
Выручка, тыс. руб.	9371	7709
Плата за загрязнение тыс. руб.	235,02	107,35
Плата за загрязнение на ед. руб.	0,025	0,014

По данным таблицы видно, что плата на единицу продукции снижается. Это обусловлено тем, что при внедрении экологического менеджмента увеличивается объем продукции, выпускаемой предприятием, и в результате этого плата за загрязнение увеличится. Но, данный показатель не говорит о неэффективности системы. Как раз здесь необходимо проанализировать плату на единицу продукции. Если она снижается, то можно сделать вывод, что данная система работает эффективно.

Именно на основании данных расчетов можно сделать вывод о необходимости внедрения, сертифицированной на стандарте ISO 14001 СЭМ на ООО «ДОНЭКС». Для расчета эффективности по внедрению СЭМ на ООО «ДОНЭКС» необходимо рассчитать все основные затраты на ее реализацию, представленные в таблице 3.

Таблица 3

Затраты на внедрение СЭМ

№ п/п	Вид расхода	Затраты за год, тыс. руб.
1	Расходы на организацию деятельности, в том числе обучение сотрудников	350
2	Расходы, связанные с оплатой услуг консультационно-методических услуг	200
3	Расходы, затраты на сертификацию по ISO 14001	180
Итого:		730

Позитивный опыт работы аналогичных предприятий показывает, что в результате реализации предложенных мероприятий, прирост выручки составит от 35%.

В 2017 году выручка ООО «ДОНЭКС» составила 7709 тыс. руб. Прирост выручки составит 35%.

Рассчитаем сумму прироста выручки по формуле (2):

$$\begin{aligned} \text{Прирост прибыли} &= \text{выручка} * 0,35. \\ \text{Прирост прибыли} &= 7709 * 0,35 = 2698,15 \text{ (тыс.руб.)} \end{aligned} \quad (2)$$

Рассчитаем экономический эффект от внедрения мероприятия по формуле (3):

$$\begin{aligned} \text{Эффект} &= \text{прирост прибыли} - \text{затраты}. \\ \text{Эффект} &= 2698,15 - 730 = 1968,15 \text{ (тыс.руб.)} \end{aligned} \quad (3)$$

Рассчитаем окупаемость мероприятий, чтобы знать, как быстро окупят себя внедренные мероприятия, по формуле (4):

$$\begin{aligned} \text{Окупаемость} &= \frac{\text{Затраты}}{\text{Эффект}} \\ \text{Окупаемость} &= \frac{730}{1968,15} = 0,4 \text{ лет} \end{aligned} \quad (4)$$

Вывод. Окупаемость составляет 4 месяца, а значит, использование предлагаемой методики позволит руководству предприятия более обоснованно оценивать мероприятия по внедрению системы экологического менеджмента, учитывая все составляющие, а именно: завоевание новых рынков сбыта, увеличение цены на товар, выход на международный рынок, снижение себестоимости, увеличение прибыли, налаживание связей с экологическими службами и общественностью, снижение платежей за природные ресурсы и за загрязнение природной среды.

Список литературы:

1. Пахомова, Н.В. Экологический менеджмент / Н.В. Пахомова, А. Эндерс, К. Рихтер. / – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
2. Косых, П.Г. Повышение конкурентоспособности российского предприятия на основе его экологизации / П.Г. Косых, Я.Д. Вишняков, К.Л. Матеева // Российское предпринимательство. – 2007. – № 9. – Вып. 1 (97).
3. Жаворонков, А.С. Экологический менеджмент и системный подход к организации цивилизованного предпринимательства XXI века / А.С. Жаворонков, С.С. Жаворонков // Российское предпринимательство. – 2004. – № 4 (52).

Ялунер А.Ф., аспирант
Половян А.В., д.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
alina.yaluner@yandex.ru

SMART-ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Актуальность. Современное общество вступило в эпоху глобальных трансформаций. Ежегодные изменения в научном, техническом и технологическом пространстве побуждают общество к поиску новых методов хозяйствования, которые необходимо рассматривать через призму экологического сознания. Современные технологии позволяют изменить все общественные процессы и перевести общество на путь устойчивого развития. Основным инструментарием в обеспечении экологически устойчивого развития общества являются smart-технологии, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности развития и применения smart-технологий с целью перехода на путь устойчивого развития общества рассматривали в своих работах Орлов В.П., Мил А., Порфирьев Б., Бережная Ю.С. и др. Вместе с тем, не выработаны механизмы внедрения smart-технологий в общественное производство.

Целью исследования является изучение взаимосвязи концепции устойчивого развития и smart-промышленности.

Результат исследования. Современное экономическое пространство не может обходиться без «умных» технологий, которые являются неотъемлемой частью smart-промышленности. На данном этапе развития общественного сознания наступила эпоха диджитализации. Такая тенденция свидетельствует о том, что в рамках стратегической трансформации наступила эпоха Индустрии 4.0.

Применение современных smart-технологий является неотъемлемой составляющей современного представления о концепции устойчивого развития. Это обусловлено тем, что на основе smart-промышленности можно достичь основных принципов и методов экологизации, которые заложены в основу концепции устойчивого развития.

Smart-промышленность призвана выстроить такую систему взаимодействия общества и природной среды, при которой формируются основы для эффективного достижения целей устойчивого развития. Smart-технологии позволяют систематизировать всю имеющуюся информацию, так как осуществляют работу на базе современных компьютерных технологий с высоким уровнем адаптивности.

Необходимо также акцентировать внимание на том, что smart-технологии призваны оптимизировать процессы эколого-экономического развития. Для того чтобы smart-промышленность помогла обществу выстроить эффективную систему оптимизации производственных систем, которые не наносили бы ущерба окружающей природной среде, необходимо разработать комплексный инструментарий по преобразованию общественного сознания.

Smart-технологии являются неотъемлемой составляющей достижения принципов устойчивого развития в силу того, что они обеспечивают:

- управление отходами и выбросами в атмосферу;
- переход к использованию возобновляемых источников энергии посредством применения «умных» технологий;
- уменьшение объема вовлекаемых в производство природных ресурсов;
- уменьшение количества поступающих в атмосферу парниковых газов;

- достижение конечных целей в решении проблемы изменения климата и гармонизации отношений между обществом и окружающей средой [1,3].

На рисунке 1 продемонстрировано влияние применения smart-технологий на состояние ряда показателей, которые характеризуют взаимодействие между состоянием окружающей природной среды и качеством жизни общества. Так при помощи последних достижений в области диджитализации количество выбросов CO₂ к 2030 году сократится до -12 гТ, урожайность сельского хозяйственных культур к этому же году достигнет 900 кг/га, потребление нефти снизится до 25 млрд. л/год, а потребление воды сократится до 332 трлн. л/год [2].



Рис. 1. Влияние применения smart-технологий на состояние ряда показателей эколого-экономического развития

Рассматривая опыт внедрения smart-технологий в рамках принципов экологизации необходимо акцентировать внимание на опыте стран Европейского Союза, Персидского залива, Восточной и Юго-Восточной Азии. Именно эти страны начали активно внедрять принципы экологизации с точки зрения применения smart-технологий, что положило начало для создания «умных» систем управления.

Например, BMW Group внедрила в производство ряд smart-технологий, которые затронули программы электрификации, с помощью которых снижается количество выбросов CO₂ в атмосферу. Применение электрокаров позволяет не только снижать количество углеродных выбросов, но также снизить потребление невозобновляемых природных источников за счет перехода к использованию возобновляемых источников энергии. Доля возобновляемых источников энергии в энергобалансе предприятий концерна составляет в 2017 году 63%, а в 2018 году выросла до 80%. Такая статистика свидетельствует о том, что в ближайшей перспективе решение глобальной проблемы взаимодействия человечества и окружающей природной среды не возможно без применения smart-технологий и перехода к smart-промышленности [2].

В основе реализации основных принципов концепции устойчивого развития smart-индустрия позволяет:

- повысить качество анализа экологической обстановки;
- сократить объемы выбросов в окружающую среду;
- сформировать систему повторного применения ресурсов.

Именно smart-технологии создают и формируют новый виток развития для устойчивого развития и открывают новые способы поддержания экологического равновесия биосферы. Наглядно процесс взаимодействия устойчивого развития и smart-промышленности представлен на рисунке 2.

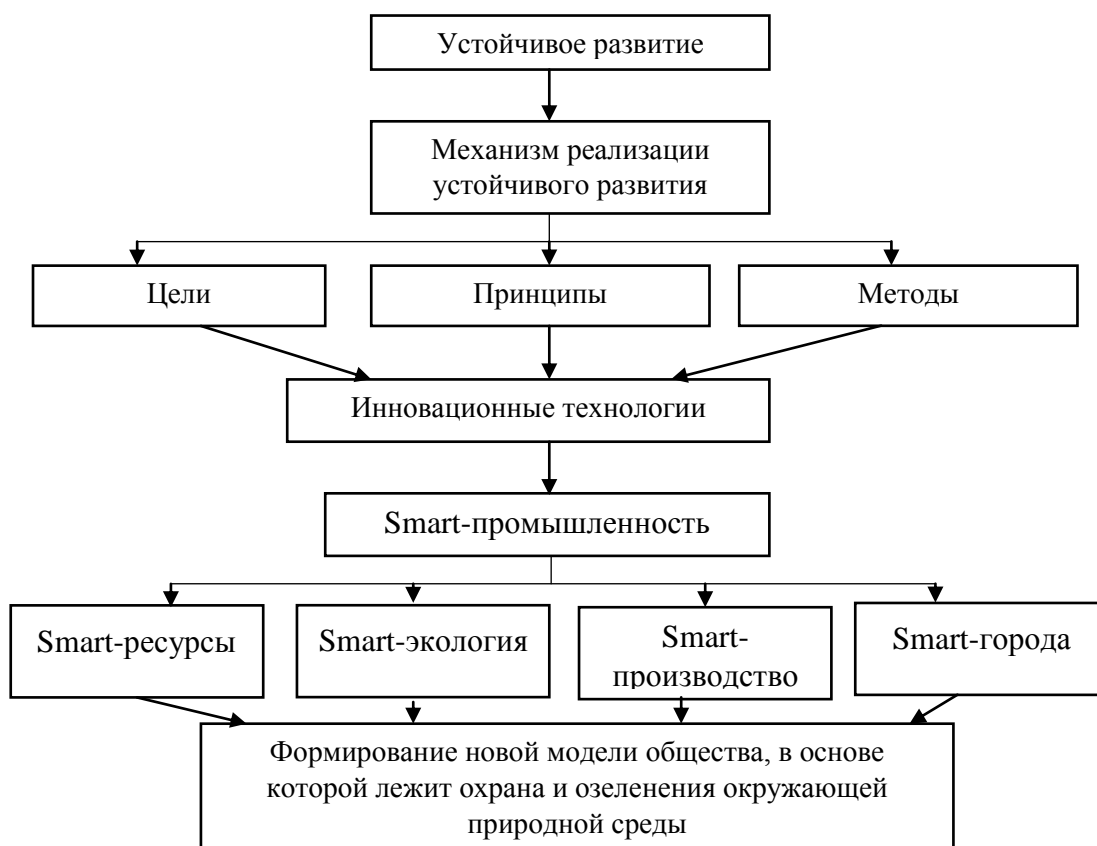


Рис. 2. Взаимосвязь устойчивого развития и smart-промышленности

В системе взаимодействия общества с окружающей средой именно smart-промышленность станет основным инструментарием в формировании «умных» городов, которые являются неотъемлемой составляющей концепции устойчивого развития. Smart-промышленность позволит решить главную проблему по сбору и обработке имеющейся информации, что в значительной степени будет способствовать решению большинства экологических проблем.

Выводы. Применение smart-промышленности в качестве основного механизма реализации концепции устойчивого развития позволит сэкономить средства, откроет возможности использования дополнительных ресурсов, поможет сохранить окружающую среду и будет способствовать устойчивому эколого-экономическому развитию, как на региональном, так и на глобальном уровне.

Список литературы:

1. Порфирьев, Б. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста / Б. Порфирьев. – М.: Московский Центр Карнеги. – 2013. – 33 с.
2. Инициатива ЮНИДО в области «зеленой» промышленности по устойчивому промышленному развитию. ЮНИДО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.greenmind.com.ua/images/meropriyatiya/UNIDO_Booklet_RUFinal.pdf (дата обращения 20.04.2019).
3. Davis J, Edgar T, Porter J, Ber-naden J, Sarli M. Smart manufacturing, manufacturing intelligence and demand-dyna-mic. Computers and Chemical Engineering. 2012. Vol. 47. P. 145-156., P. 148-149. doi: 10.1016/j.compchemeng.2012.06.037.

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

Акопян М.В., студент
Демяхина Е.В., старший преподаватель
ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики»
akopyan99@inbox.ru

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС НА ПРЕДПРИЯТИИ

Эффективность функционирования предприятий в условиях развития рыночной экономики, получение ими конкурентных преимуществ возможно только в случае проведения непрерывной организационно-технической перестройки с целью приближения реально существующего производства к его оптимальному варианту, который соответствует достигнутому уровню знаний, техники, технологии, организации и управления. Наиболее распространенным явлением в настоящее время в некоторых отраслях промышленности является использование традиционного подхода к управлению предприятием и ресурсами, сущность которого заключается в сосредоточении регулирующего воздействия только на материальном потоке, который рассматривается обособленно от сопутствующих участников и других, привлеченных в производство ресурсов. Практика убедительно доказывает, что подобный подход является неэффективным, кроме того он создает препятствия устойчивому развитию производства и не позволяет адекватно реагировать на все изменения внешней среды[1].

Согласно передовому отечественному и мировому опыту хозяйствования, эффективной практикой повышения конкурентоспособности предприятия является логистическое управление. Использование логистики и ее составляющих обусловлено необходимостью разработки механизма применения современных экономических подходов в хозяйственной деятельности предприятия для сохранения и укрепления его позиций на рынке. Оптимизация логистического управления на промышленных предприятиях позволяет увеличить отдачу всей логистической цепи и получить такой экономический эффект, как сокращение затрат и времени в сферах производства и обращения, что является важнейшим показателем для промышленного сектора [2].

Теория потоков является объемной и достаточно многогранной, в связи с чем в процессе исследования ее через призму логистики открывается значительное количество малоизученных аспектов. К сожалению, кроме наличия теоретического обоснования необходимости проектирования логистических материальных потоков промышленных предприятий, в большинстве работ отсутствуют прикладные разработки, которые позволяют выявить и оптимизировать итоговый результат в каждом конкретном случае.

Анализ научных источников показал, что вопросы использования логистического подхода к управлению промышленным предприятием в целом, и его материальными потоками, в частности, рассматривались такими зарубежными учеными как Д. Бауэрсокс, Д. Клосс, Д. Ламбер, Дж. Расс, Дж.Р. Сток, Д. Тиксье и др.

Было опубликовано за последние годы много научных трудов, посвященных проблемам использования логистической концепции в процессе управления движением материальными потоками предприятия, которые подготовлены учеными из разных стран мира, в том числе такими, как: И.А. Воркуте, А.Г. Кальченко, Т.А. Колодизева, Е.В. Крикавский, В.Е. Николайчук, Н.Г. Окландер, и др.

Цель данной работы заключается в определении особенностей, условий и целесообразности использования логистической концепции в процессе управления движением материальными потоками предприятия.

Можно определить логистическую систему, как процесс управления материальными потоками и готовой продукцией, а также сопутствующими им потоками в сфере макрологистики и микрологистики, который способствует повышению организованности всех экономических действий для достижения наибольшей эффективности субъекта хозяйствования [3].

Анализ опыта зарубежных стран в сфере использования концепции логистического управления материальными потоками свидетельствует о том, что преимущества логистических принципов по сравнению с традиционными технологическими, наиболее полно проявляются на предприятиях, которые:

- 1) действуют в условиях динамического изменения спроса и предложения;
- 2) производят сложную и наукоемкую продукцию;
- 3) постоянно обновляют свою продукцию;
- 4) имеют сложные производственно-хозяйственные связи с партнерами.

Чем больше предприятие ориентировано на рыночный спрос, чем его продукция является более сложной и наукоемкой, чем более продолжительная протяженность пути ее на рынке сбыта, тем больше отдача от использования логистического подхода.

Логистический подход к управлению материальными потоками базируется на следующих положениях: главное в процедуре организации материального потока - это учет потребностей рынка; приоритет распределения продуктов на их производство; анализ логистической цепи должен вестись с конца процесса; при усовершенствовании отдельного звена необходимо рассматривать не только его, а всю цепь, соответствие всех решений по планированию и организации материального и других видов потоков предприятия; сбор и наиболее полное использование информации о товарах, потребителях, поставщиках; учет логистических издержек на протяжении всей логистической цепи.

В соответствии с логистическим подходом, управляющие воздействия со стороны единой логистической системы добавляются к новому объекту управления – сквозному материальному потоку. Эти управляющие воздействия формируются, учитывая общие цели и критерии эффективности исследуемой логистической цепи, поэтому параметры выходного материального потока являются предсказуемыми.

В целом формирование и развитие логистической концепции в контуре управления движением материальными потоками предприятия должны основываться на таких базовых принципах:

— становление логистического управления, как интегрированной функции управления совокупным материальным потоком, который объединяет все этапы производственно-хозяйственной деятельности от поставки сырья до размещения отходов производства и потребления;

— ориентация на достижение и поддержку высоких конкурентных позиций на рынке за счет ответственного поведения в поставке товаров и услуг;

— информационное обеспечение процессов логистического управления на основе использования современных информационно-коммуникационных технологий;

— формирование эффективной системы логистического управления материальным потоком промышленного предприятия на основе применения инновационных методов и инструментов управления;

— принятие оптимальных решений в управлении производственной логистической системой на основе оценки материальных затрат предприятия в составе общих логистических расходов;

— обеспечение адаптивности логистической системы к изменяющимся условиям внешней среды;

— совершенствование корпоративной культуры, как предпосылки обеспечения эффективности логистического управления промышленными системами.

Использование логистической концепции при управлении движением материальными потоками предприятия обязательно должно включать в себя количественные характеристики материального потока, в рамках которых важно правильно оценивать его параметры.

Анализ теории и практики логистической деятельности показывает, что данная задача может быть решена путем использования таких показателей как: «напряженность материального потока» (интенсивность перемещения материальных ресурсов, полуфабрикатов и готовой продукции) и «мощность материального потока» (объемы продукции, которые перемещаются в единицу времени), для отображения которых используется показатель размерности «тонны/год» [4].

Материальные потоки характеризуются и оцениваются с помощью самых разнообразных показателей, которые можно классифицировать в следующие группы:

- 1) структурные показатели;
- 2) показатели производительности логистической системы;
- 3) показатели экономичности;
- 4) показатели качества.

Качественную характеристику материальных потоков целесообразно проводить в соответствии с составом узловых объектов и элементов технического, организационного и экономического содержания; по номенклатуре продукции; по начальным, конечным и промежуточным пунктам и их связям, наличию и размерам запасов в этих пунктах, интенсивности или количеству материальных ресурсов, которые проходят через эти пункты за единицу времени, а также в зависимости от взаимосвязи потоков (комплектование, сортировка), способов их перемещения и т.д.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать следующие выводы. Мировая практика создания логистических систем управления предприятиями в целом и их материальными потоками в частности, показала, что логистические принципы управления производством в современных условиях можно рассматривать как важнейшие магистральные направления нормализации его развития с целью усиления режима экономии трудовых, материальных, денежных и энергетических ресурсов, повышения эффективности управления на разных уровнях, обеспечения требуемого количества потребительских благ.

Использование логистического подхода в управлении материальными потоками позволяет оптимизировать деятельность предприятия за счет обеспечения взаимосвязи и сбалансированности отдельных его подсистем и звеньев. Следует также отметить, что результат логистической оптимизации может значительно превышать сумму эффектов, достигнутых отдельными подразделениями предприятия в результате приобретения логистической системой дополнительных положительных свойств.

Список литературы:

1. Гарнов, А.П. Финансовые, материальные и информационные потоки: точка взаимодействия в логистике / А.П. Гарнов, Н.С. Киреева // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2017. – №2. – С.48-51.
2. Лукинский, В.С. Интегрированное управление цепями поставок: теории, модели и методы / В.С. Лукинский, Ю.Н. Панова, А.В. Стримова // Логистика и управление цепями поставок. – 2017. – №3 (80). – С.40-56.

3. Фомичева, Н.С. Формирование, виды и участники цепей поставок / Н.С. Фомичева // Экономика и бизнес. Взгляд молодых. – 2016. – Т.1. – №1. – С.153-156.

4. Шамис, В.А. Рассмотрение логистического подхода к управлению материальными потоками / В.А. Шамис // NovalInfo.Ru.-2016. – Т.1. – №49. – С.218-221.

Бабаев М.О., студент
Баев К.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Mistika15.06@mail.ru

РЕЗЕРВЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКИ

Актуальность темы исследования. Комплексное воздействие производственной логистики на экономию и рациональное использование материальных ресурсов, а также выявление резервов экономии и условий их реализации путем совершенствования управления материальными потоками в процессе товародвижения остаются нерешёнными научными проблемами, имеющими большую народнохозяйственную значимость.

Установление связи и взаимообусловленности состояния и развития логистических услуг с издержками общественного производства и потерями на различных стадиях товародвижения и потребления средств производства, исследования и учёт факторов воздействия на экономию материальных ресурсов в комплексе процессов их производства, обращения и потребления позволят определить резервы экономии, причины их образования и условия, оценить прогрессивные нововведения по совершенствованию форм и методов управления производственной логистикой с выделением источников и статей экономии ресурсов, повысить производительность труда работников, занятых складированием и транспортировкой, производительней использовать оборудование и помещения складов, сохранить потребительские свойства продукции, ускорить и удешевить продвижение продукции как внутри предприятия, так и оптимизировать движения материальных потоков в сфере распределения, поставках конечному потребителю.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблем функционирования и эффективного развития услуг логистики, а также путям, факторам и источникам повышения эффективности посвящены научные труды: К.И. Атаева, Б.А. Аникина, В.В. Борисова, П.И.Гайдуцкого, В.А.Иванченко, В.Д. Игнатова, Н.В. Ивановой, М.Н. Кузнецова, Г.Г. Левкина, К.М. Назарова, И.Н. Омельченко, С.В. Пилипчук, О.Ю. и др.

Целью данной статьи является оценить эффективность оказания логистических услуг, а также выявление форм, методов и резервов ее повышения в процессе товародвижения и хранения продукции.

Предметом исследования являются народнохозяйственные резервы рационального использования материальных ресурсов в сфере деятельности производственной логистики, а также оценка путей и источников эффективности оказания логистических услуг и ряда обеспечивающих его отраслей логистического комплекса.

Практическая значимость результатов исследования автор видит в том, что

результаты исследования и сделанные на их основе выводы и рекомендации помогут оценить последствия логистической деятельности для производства, определить эффективность как нормально работающей производственной логистики в процессе управления материальными потоками, так и функционирующей с чрезмерными перегрузками и сбоями, что вызывает народнохозяйственные потери.

В условиях быстрых темпов развития технического прогресса и интенсификации производства возрастает роль логистики (логистических услуг) в достижении эффективного функционирования производства, рационального товародвижения и экономного использования материальных ресурсов. Рациональное использование и экономия материальных ресурсов во многом зависит от управления материальными потоками, возможностей оказания производительных логистических услуг для полного и бесперебойного обеспечения производства всеми материальными компонентами с минимальными затратами живого и общественного труда, создавая тем самым необходимые условия для нормального функционирования, развития и повышения его эффективности.

Производительные логистические услуги охватывают (с точки зрения реально протекающих процессов продвижения продукции от изготовителей к потребителям) сферу обращения, где это движение приобретает форму товародвижения, и частично сферу материального производства, где логистические услуги, в виде подготовки продукции к поставке (сбытовые процессы по сортировке, маркировке, упаковке, хранению) и к производственному потреблению (снабженческие процессы). Материальное обеспечение нужному адресату, в нужном ассортименте, в нужное время во многом зависит от уровня развития логистических услуг. Экономическое содержание логистических услуг состоит в том, чтобы активно участвовать в формировании реальной потребительной стоимости средств производства.

Управляющие системы с разной степенью периодичности разрабатывают и принимают на разных уровнях управления различные решения, каждое из которых с различной степенью конкретности представляет собой определенную программу деятельности для управляемых систем, как в отношении целей, так и средств. Совокупность решений трансформируется в команды и сигналы, которые управляемые логистические системы реализуют в материальные потоки товародвижения средств производства как по критерию полноты обеспечения различных потребителей материальными ресурсами, так и по критерию транспортных издержек.

Эффективность каждого решения управляющей системы любого уровня можно заранее оценить по характеру его предполагаемого воздействия на товародвижение продукции (его результаты или издержки) и выявить основные источники и статьи эффективности.

Важным фактором, обеспечивающим ритмичную работу предприятий, является бесперебойная перевозка материальных грузов к потребителям. За последние десятилетия произошли глубокие качественные изменения в общей структуре транспортных перевозок. Эти изменения свидетельствуют о более рациональном распределении для перевозок продукции между всеми видами транспорта.

Автомобильным транспортом перевозится больше грузов, чем всеми остальными видами транспорта вместе взятыми. Это самый мобильный вид транспорта при перевозке грузов на небольшие расстояния. Контейнеризация и пакетирование открыли широкие возможности использования автомобильного транспорта на дальние расстояния. Повышение эффективности использования автотранспорта при перевозках промышленной и сельскохозяйственной продукции в значительной мере зависит от количественного и качественного благоустройства автомобильных дорог. Сеть благоустроенных дорог, имеющих усовершенствованные покрытия, развита

недостаточно, а техническое состояние дорог не отвечает возросшей интенсивности движения и грузоподъемности автомобильного транспорта.

Эффективность логистических услуг должен обязательно сопровождаться анализом эффективности функционирования как с точки зрения полноты и бесперебойности материального обеспечения производства, так и с точки зрения соблюдения плановых издержек при хранении и товародвижении. Значительная роль в таком анализе принадлежит оценке различных потерь в хозяйственных системах-участников товародвижения на различных стадиях, в том числе и материальных потерь.

Если из общих резервов управления выделить материальные резервы, то анализируя структуру транспортных издержек по составу входящих в них статей, нетрудно определить долю материальных затрат (амортизация, удельные капитальные затраты, материалы, топливо, условно - постоянные расходы и т.д.). Однако, средняя дальность перевозок (возможность снижения которой определяет и снижение всех транспортных затрат) играет существенную роль в образовании потерь средств производства в процессе их товародвижения. Так, средняя дальность перевозок влияет при средней участковой скорости движения транспорта, на время нахождения товаров и образования величины запасов в пути. Это, в свою очередь влияет на величину потерь, определяемую нормами естественной убыли, а также на степень сохранения потребительских свойств продукции.

Так, по данным фермерских хозяйств при доставке сельскохозяйственных продуктов от поля до потребителя в летнее и осеннее время потери составляют до 20% урожая, в зимне - весеннее время - до 30-%. С учетом же ухудшения потребительских свойств продукции эти потери возрастают до 40%. При хранении картофеля за 5-6 месяцев теряется около 30%. Резко возрастают потери при увеличении сроков хранения.

Расчет потерь ограничивался рамками одного предприятия - первого звена, потребляющего непосредственно данный вид продукции. Важно учитывать влияние дефицита потребляемой продукции через последствия на смежников с учетом длительности дефицитной ситуации, которая оказывает воздействие на структуру и величину потерь от дефицита в разные периоды времени. Время запаздывания очередной партии поставки при среднесуточном потреблении приводит к пропорциональному росту дефицита и одновременно к снижению возможностей его компенсации дополнительными издержками.

Логистическая деятельность включает комплекс организационно обособленных структурных подразделений, продукцией которых являются услуги материальному производству и населению. Для достаточно ёмкого и системного определения понятия «эффективность логистической деятельности», необходимо выделить ряд основополагающих признаков, позволяющих объединить различные виды полезной деятельности по единству их экономического содержания и функционального назначения.

Первой характерной особенностью логистики является осуществление её деятельности в виде услуг, которые, в отличие от материального производства не изменяют целенаправленно физико-химические, механические и другие свойства природного вещества или промежуточного продукта. При этом, такого рода услуги могут быть материальными и нематериальными. К материальным следует относить услуги, которые требуют для своего осуществления энергетических, материальных затрат или условий, адекватных количеству, объёму и качеству этих услуг (погрузка, выгрузка, транспортировка, перевалка, хранение, упаковка и т.д.).

К нематериальным услугам относятся такие услуги, объём, качество и полезность которых неадекватно затрачиваемых на них энергетических и материальных затрат (услуги по управлению, науке, культуре и др.)

Второй важной характеристикой услуг производственной логистики является их утилитарность, т. е. свойство служить средством или условием для осуществления другой деятельности, которая выступает по отношению к услугам логистики целью или самоцелью и достижению которой они способствуют. Если услуги не отвечают этому условию и сами являются целью или самоцелью, то они не могут относиться к деятельности производственной логистики.

Из этого положения вытекает два важных для нашего исследования вывода.

Вывод первый. Производственная логистика не может существовать сама по себе, без объекта обслуживания, в качестве которого должна обязательно выступать какая-либо деятельность.

Вывод второй. Между производственной логистикой и объектом её обслуживания всегда должна существовать тесная причинно-следственная связь, которая позволила бы определить характер и измерить влияние логистики на обслуживаемый объект.

Третьей отличительной чертой услуг производственной логистики является их производительный или условно производительный характер. К производительным услугам следует относить услуги, качество и количество которых отвечают минимально необходимым требованиям расширенного воспроизводства, которое вообще не может осуществляться без этих услуг. При снижении качества и уменьшении количества этих услуг ниже минимально-необходимого уровня, резко увеличиваются народнохозяйственные потери живого и овеществлённого труда.

Список литературы:

1. Аникин, Б. А. Логистика: учеб. пособ. / Б. А. Аникин – М.: Проспект, 2010. – 408 с.
2. Неруш, М. Ю. Логистика: учебник и практикум для СПО / Ю. М. Неруш, А.Ю. Неруш. – М.: Изд-во Юрайт, 2016. – 559 с.
3. Гаджинский, А. М. Логистика / А. М. Гаджинский. – М.: Дашков и К, 2012. – 484 с.

Васильченко А.В., студентка

Дудник В.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

vasilchenkoalyona11@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В условиях роста конкуренции формировать конкурентные преимущества становится все сложнее. С целью получения целевой величины прибыли торговые предприятия решают вопрос повышения собственной привлекательности для целевых групп потребителей за счет адаптации различных параметров деятельности в соответствии с потребительскими запросами.

Разработка интегрированной системы управления товарными запасами, которая будет способствовать оптимальному формированию товарного ассортимента,

обеспечит ритмичность торгового процесса и получает определенные конкурентные преимущества по сравнению с предприятиями-конкурентами.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам эффективного управления товарными запасами посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых, как А.Н. Гаджинский, А.В. Крещенко, Л.И. Лачкова, Г. Роганова, А.А. Нестеренко, А.Ю. Савченко, А. Хамлова, А. Ю. Холодова. Однако некоторые методики управления товарными запасами ряд недостатков.

Результаты исследования. Управление товарным ассортиментом – это относительно новая, но быстрорастущая область научных исследований. Научный подход к проблеме управления товарным ассортиментом опирается на формулировку проблемы оптимизации, которая позволяет выбрать оптимальный набор имеющихся на предприятии розничной торговли товаров и определить уровень товарных запасов по каждому виду. Решения, принимаемые по отдельным видам товарных запасов, взаимосвязаны, поскольку товары связаны такими общими характеристиками, как наличие торговых площадей, заменимость товаров, поставщики, действия предприятия розничной торговли по пополнению товарных запасов, и тому подобное.

Идея решения проблемы эффективного управления товарными запасами на основе применения механизмов ABC-анализа зародилась более ста лет назад.

Как показывает практический опыт, соотношение 80/20 может быть используемым только в качестве базовой установки, поскольку отношение для конкретного процесса на конкретном предприятии могут быть довольно разными. К тому же, ABC-анализ создает информационную основу для управления каждой номенклатурной группой, что значительно упрощает работу с большим ассортиментом и позволяет сократить расходы на управление товарными запасами [6].

По сравнению с общеизвестным и распространенным ABC-анализом существуют и другие методы анализа ассортимента: XYZ-анализ, FSN / FNS / FMR-анализ, VED / VEN-анализ, QRS-анализ, SDE-анализ, HML-анализ, RFM-анализ,

XYZ-анализ - метод, осуществляет оценку стабильности определенных объектов или процессов. Таким образом, XYZ-анализ позволяет классифицировать товарные запасы, рассмотрены при проведении ABC-анализа, в зависимости от спроса на них в течение определенного времени, имеет особое значение для предприятий розничной торговли. Цель XYZ-анализа – дифференциация товарных запасов по группам в зависимости от равномерности спроса и точности прогнозирования.

Основой осуществления XYZ-анализа является расчет коэффициента вариации для каждого товара за определенный период времени. Коэффициент вариации служит основой управления запасами, позволяет определить точку заказа. В экономической литературе выделяют три варианта классификации по методу XYZ-анализа.

Таким образом, если ABC-анализ позволяет оценить вклад в структуре реализации, продажи, то XYZ-анализ позволяет оценить характер динамики реализации. Оба метода функционально дополняют друг друга.

Менее распространены по сравнению с ABC и XYZ-анализа в экономической литературе и практике деятельности торговых предприятий применяется VEN / VED-анализ. Данный вид анализа чаще всего используют специализированные розничные предприятия. VEN / VED-анализ позволяет выявить жизненно важные, необходимые и второстепенные видов товарных запасов.

Заслуживает внимания QRS-анализ - это анализ, при котором соотносят ресурсы и инвестиции предприятия и товарный ассортимент [1]. При использовании данного метода можно определить, какие инвестиционные ресурсы вкладываются заказчиком у того или иного поставщика и в поддержание объема продаж товара.

Основные этапы QRS-анализа: 1) сбор информации о текущем состоянии всех параметров в динамике; 2) Определение инвестиционного потенциала для поставщиков группы Q; 3) разработка жестких нормативов по товарному запасу для всех поставщиков группы R с непременным и регулярным контролем за их выполнение; 4) проведение совместно с отделом продаж анализ поставщиков группы.

В последнее время при исследовании ассортиментной структуры товарных запасов приобретает распространение HML-анализ, основанный на цене товара за единицу. При данном анализе основным критерием выступает цена или вес определенного вида товарного запаса. В зарубежной практике при исследовании товарных запасов применяют SDE-анализ, который позволяет распределять товары на дефицитные для приобретения, мало- и труднодоступные, легкодоступные. Данный анализ является стратегически важным при принятии решения о покупке того или иного товара. Классификация товарных запасов, в соответствии данного метода осуществляется на основе уровня сложности в поиске нужных. SDE-анализ позволяет устранить проблемы в области закупок. Согласно классификации выявленных проблем с приобретением каждой группы товаров, формулируются стратегии закупок, способы устранения проблем, намечается план работы с поставщиками.

Не менее распространены по сравнению с ABC и XYZ-анализа в экономической литературе и практике деятельности торговых предприятий применяется FMR-анализ - это анализ товарного ассортимента по частоте обращений. Сущность данного метода заключается в анализе товарных позиций с точки зрения частоты обращений. По логике данного метода товарные запасы разбиваются на три группы по частоте обращений к ним: категория F - наиболее часто запрашиваемые товары (80% от общего количества); категория M - менее часто запрашиваемая категория товаров (15% обращений); категория R - редко запрашиваемые товары (5%).

Следует отметить, что с целью углубления результатов ABC-анализа в экономической литературе его достаточно часто интегрируют с XYZ-анализом, FMR-анализом и другими видами анализа товарного ассортимента. В контексте этого, для повышения качества анализа, в практике деятельности отечественных предприятий применяются их различные комбинации: ABC / XYZ-анализ; ABC / HML-анализ, ABC / FMR-анализ. При исследовании ассортиментной структуры товарных запасов в экономической литературе учеными предлагаются также более сложные комбинации: интегрированный ABC / XYZ / QRS-анализ [5], интегрированный ABC / FMR / XYZ / VED-анализ. Так интеграция ABC с XYZ методов позволяет сгруппировать товарные запасы в девять блоков, каждый из которых имеет две характеристики: величина продаж и точность прогнозирования потребности в них.

Совокупность блоков AX, BX, AY является группой наиболее выгодных товарных запасов. Группы товарных запасов, требующих специальных мер по повышению их эффективности, - это товарные запасы, вошедшие в блоки AZ, BY, CY. Группа неприбыльных товарных запасов, для которых характерна низкая оборачиваемость - блоки CY, BZ и CZ, которые требуют активных действий по их оптимизации.

Использование метода XYZ для управления товарными запасами дает представление о степени стабильности выбранного показателя, но не о его значении. Так, при выборе в качестве критерия классификации такого показателя как объем товарооборота, в группу X попадут товарные запасы минимальным, но стабильным объемом продаж, а нестабильность выбранного показателя необязательно свидетельствует о ненужности данной ассортиментной позиции, она может быть обусловлена перебоями в поставках или новизной данного вида товарных запасов.

При проведении HMD-анализа и комбинирования его с ABC-анализом по доходу можно получить следующую матрицу с девятью группами:

Группа товаров НА – группа товаров, которые приносят наибольший доход и наиболее чувствительными к дефициту товарных запасов на предприятии.

Группа товаров НВ - группа товаров, которые обеспечивают достаточно высокий доход, который зависит от наличия товарных запасов в достаточном количестве.

Группа товаров НС - группа товаров, доход по которым небольшой, скорее всего, за счет низкой наценки на эти товары, но покупательский спрос на данные товары достаточно высокий.

Группа товаров МА – группа товаров, которые приносят предприятию розничной торговли достаточный для развития предпринимательский доход, при этом товарные запасы данных групп товаров могут быть сформированы в большем количестве, чем это необходимо.

Группа товаров ГО - группа товаров, которые приносят средний доход торговому предприятию, товарные запасы по данным товарам должны быть оптимальными.

Группа товаров МС – группа товаров, по которым предприятие розничной торговли получает достаточно небольшой доход от реализации, товарные запасы данных товаров должны быть рассчитаны таким образом, чтобы избежать образования излишков, которые требуют дополнительных затрат.

Группа товаров ДА – группа товаров, которые приносят высокий доход за счет достаточно высокой торговой наценки, но количество товарных позиций, которые продаются небольшая, товарные запасы должны быть оптимальными.

Группа товаров ДВ – группа товаров, по которым наблюдается средний доход и низкая зависимость товарных запасов от товарооборота. Запасы должны быть минимальными, логистические расходы не должны превышать объем дохода по данным товарам.

Группа товаров ДС – группа товаров, которые приносят торговому предприятию убытки, формирование товарных запасов по данной группе товаров является нецелесообразным.

Существенно расширить область применения ABC-анализа и получить дополнительный эффект позволяет интегрированный ABC / FMR-анализ товарных запасов.

Выводы. Таким образом, как показали проведенные исследования, предприятия розничной торговли, которые формируют товарные запасы с учетом оптимальности товарного ассортимента, обеспечивают ритмичность торгового процесса и получают определенные конкурентные преимущества по сравнению с предприятиями-конкурентами. Исходя из этого необходимо встает вопрос разработки концептуальных основ управления товарными запасами. Решению этого вопроса посвящен следующий раздел диссертационной работы.

Список литературы:

1. Бодряков, Р. QRS-анализ оборотных средств и товарных ресурсов [Электронный ресурс] / А. Бодряков // Финансовый директор. – Режим доступа: <http://fd.ru/articles/38740> (дата обращения 20.04.2019).

2. Бодряков Р.Е. ABC и XYZ: - составление и анализ итоговой матрицы [Электронный ресурс] / Р.Е. Бодряков. – Режим доступа: <http://www.rombcons.ru/logistik2.htm> (дата обращения 20.04.2019).

3. Бузукова Е.А. Анализ ассортимента и стабильности продажу с внедрением ABC- анализа и XYZ-анализа [Электронный ресурс] / Е. А. Бузукова. – Режим доступа: http://zakup.vl.ru/files/avs_i_huz_analizi.pdf (дата обращения 20.04.2019).

4. Быстрицкая, Я.М. НМД-анализ как один из логистических методов анализа и управления ассортиментом предприятий розничной торговли / Я.М. Быстрицкая // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 8. – С.151-155.

5. Роганова, Г. Применение ABC и XYZ-анализа для управления товарными запасами ювелирной продукции / Г. Роганова // Восток. – 2010. – № 6 (106). – С. 56-64.

6. Хамлова, А. ABC-анализ: методика проведения / А. Хамлова // Управление компанией. – 2006. – № 10.

Величко Е.А., студентка

Дудник В.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

katya_petropolskaya@i.ua

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИАГНОСТИКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ ПАО «ВИНТЕР»

Современная экономика – это тот механизм общественного взаимодействия, вне рамок которого на сегодняшний день не может существовать ни одна страна мира. Все больше предприятий прибегают к разработке стратегий развития компании. Именно стратегическое планирование внедрения составляющих комплекса маркетинга позволяет определить фирме не только свои цели и средства их достижения

Комплекс маркетинга — это совокупность маркетинговых инструментов и методов, используемых предприятием для достижения его рыночных целей. Товар в системе маркетинга – это продукт, с которым товаропроизводитель выходит на рынок, а также средство, с помощью которого удовлетворяются рыночные потребности. Для крупных предприятий, таких как ПАО «Винтер», функционирующих по разным направлениям деятельности, необходимо осуществление стратегического анализа товаров, для чего можно использовать любые из существующих матричных инструментов портфельного анализа.

Мы предлагаем осуществить маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия ПАО «Винтер» на основе использования матрицы BCG (табл.1, рис.1).

Матрица «Бостон консалтинг групп» позволяет фирме классифицировать каждое из стратегических хозяйственных подразделений (СХП) в зависимости от его доли на рынке, темпов роста с учетом деятельности конкурентов. Используя этот подход, фирма устанавливает, какое из подразделений играет ведущую роль. Выделяют 4 типа СГП:

1. «Звезда» занимает лидирующее положение (высокий спрос, высокая доля), дает большие прибыли, но требует и больших затрат на свое финансирование. Доля на рынке поддерживается из-за снижения цен, больших затрат на рекламу, а также изменения видов продукции. Стратегия «звезды» направлена на увеличение или поддержание доли на рынке;

2. «Дойная корова» занимает лидирующее положение в отрасли, развитие которой постепенно замедляется (низкий спрос, высокая доля). Стратегия «дойной коровы» направлена на длительное поддержание существующего положения и оказание финансовой поддержки товарам стран;

3. «Трудный ребенок» - подразделение в сравнительно быстро растущей отрасли, что оказывает незначительное влияние на рынок (высокий спрос, низкая доля). Для увеличения доли на рынке ему необходимы значительные средства. Финансируется это

подразделение только в том случае, если он может успешно конкурировать в существующих условиях. Стратегия «трудный ребенок» имеет альтернативы - интенсификация усилий фирмы на данном рынке или уход с него;

4. «Собака» представляет собой СГП с маленькой долей на рынке в сокращающейся отрасли (низкий спрос, низкая доля). Фирма, имеющая такое подразделение, может попытаться выйти на специализированный рынок, получить прибыль путем сокращения до минимума сервисного обслуживания или вообще уйти с рынка.

Таблица 1

Анализ динамики и структуры товарооборота ПАО «Винтер»

Товарные группы	2017 год		2018 год		Отклонения, + / -	
	Объём реализации, тыс. руб.	Удельный вес в товарообороте, %	Объём реализации, тыс. руб.	Удельный вес в товарообороте, %	По объёму реализации, тыс. руб.	Удельный вес, %
1. Мороженое на молочной основе	325,6	49,61	415,1	53,23	89,5	3,62
2. Мороженое на плодово-ягодной основе	73,9	11,26	95,6	12,26	21,7	1,00
3. Ароматическое мороженное	34,8	5,30	52,7	6,76	17,9	1,46
4. Мороженое на молочной основе с измененным химическим составом	12,3	1,87	15,8	2,03	3,5	0,15
5. Мороженое на молочной и плодово-ягодной основе	33,4	5,09	43,5	5,58	10,1	0,49
6. Мороженое на плодово-овощной основе	25,6	3,90	25,4	3,26	-0,2	-0,64
7. Мороженое с использованием вторичных продуктов	33,5	5,10	32,4	4,15	-1,1	-0,95
8. Яичное мороженое	117,2	17,86	98,3	12,61	-18,9	-5,25
9. Другие продовольственные товары	0	0,00	1	0,13	1	0,13
10. Розничный товароборот	656,3	100,00	779,8	100,00	123,5	0,00

На основании таблицы 1 сделаем вывод, что товароборот ПАО «Винтер» за период 2017-2018 годов увеличился на 123,5 тыс. руб., или 18,8%. Самый высокий темп прироста наблюдается по следующим группам: мороженое на молочной основе (3,62%), ароматическое мороженое (1,46%), мороженое на плодово-ягодной основе (1,0%), мороженое на молочной и плодово-ягодной основе (0,49%). Самый высокий темп сокращения имеет яичное мороженое (-5,25%). Наибольший удельный вес в розничном товарообороте ПАО «Винтер» в 2012 году имеют мороженое на молочной основе (53,23%), яичное мороженое (12,61%), мороженое на плодово-ягодной основе (12,26%).

На основании данных вышеприведенной таблицы проведем анализ товарного портфеля ОАО «Винтер», используя матрицу БКГ (рис. 1).

Доля товарной группы в товарообороте предприятия, %
Более 26,55 % *Менее 26,55 %*

Темп роста объема сбыта в тов. гр. Более 100 %	«Звезды»	«Трудные дети»
	Мороженое на молочной основе	Мороженое на плодово-ягодной основе Ароматическое мороженое Мороженое на молочной основе с измененным химическим составом Мороженое на молочной и плодово-ягодной основе Другие продовольственные товары
	11,1 %	55,6%
Темп снижения объема сбыта в тов. гр. Менее 100 %	«Дойные коровы»	«Собаки»
		Мороженое на плодово-овощной основе Мороженое с использованием вторичных продуктов Яичное мороженое
	0 %	33,3 %

Рис. 1. Результаты анализа товарного портфеля ПАО «Винтер» на основе матрицы БКГ

Анализ товарного портфеля ОАО «Винтер» с помощью матрицы БКГ показал, что на современном этапе ассортимент предприятия является неоптимальным и несбалансированным. ПАО «Винтер» в своем товарном портфеле имеет одну «звезду» - мороженое на молочной основе (находится на стадии жизненного цикла «рост»). «Собак» (находятся на стадии «спада») - 33,3% (мороженое на плодово-овощной основе, мороженое с использованием вторичных продуктов, яичное мороженое). «Трудные дети» (находятся на стадии «внедрение») занимают наибольшую долю – 55,6% (мороженое на плодово-ягодной основе, мороженое ароматическое, мороженое на молочной основе с измененным химическим составом, мороженое на молочной и плодово-ягодной основе, другие продовольственные товары), «дойные коровы» (находятся на стадии «зрелости») - нет.

Выводы: 1. Опыт использования матрицы БКГ показал, что она полезна при определении стратегических позиций фирмы, а также при распределении стратегических ресурсов на ближайшую перспективу.

2. Однако необходимо отметить, что прежде, чем использовать для анализа матрицу БКГ, важно убедиться в том, что рост объема производимой продукции может быть надежным показателем перспектив развития, а относительную позицию фирмы в конкурентной борьбе можно определить по ее части на рынке.

Список литературы:

1. Балабанова, Л. В. Стратегический маркетинг: учебник в 2 т. / М-во образования и науки Украины; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского; Каф. маркетинг. менедж.; Л. В. Балабанова, В.В. Холод, И.В. Балабанова. – Донецк: [Доннуэт], 2011. – Т.1. – 334 с. – Т. 2. – 318 с.

2. Обоснование товарного портфеля торгового предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://revolution.allbest.ru/marketing/00195980_0.html.

3. Диагностика комплекса маркетинга промышленного предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/marketing/00155211_0.html

4. Матрица БКГ в стратегическом менеджменте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://examen.od.ua/strateg/page66.html>.

Гвоздик А.А., студентка
Ибрагимхалилова Т.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

КРОСС-ДОКИНГ В ЛОГИСТИКЕ

Постановка проблемы. Оптимизация логистических издержек во многом зависят от того, как взаимодействуют между собой все звенья логистической цепи. От скорости обработки товара и оптимизации бизнес-процессов в пути, на складе и т.д. зависит и эффективность логистических операций. В стремлении снизить логистические издержки и увеличить объем свободного капитала для вложений в собственное развитие, ведущие мировые производители и торговые компании в своей работе уже давно применяют технологию кросс-докинга – мобильный, технологически выверенный, а потому очень прогрессивный метод обработки товара [1].

Анализ достижений и публикаций. Проблемам развития и становления кросс-докинга уделяли внимание такие ученые как Н. Наполитано, В.Н. Пензев, В.М. Курейчик, А.А. Рокотянский.

Целью работы является изучение сущности и специфики применения кросс-докинга в логистике.

Основная часть. Рассматривая кросс-докинг как технологию, связанную с процессом приёмки и отгрузки товаров без размещения на хранение, необходимо отметим, что грузы, попадающие на склад, подвергаются множеству операций, таких как:

- погрузка;
- разгрузка;
- внутрискладское перемещение грузов;
- складирование;
- сортировка;
- идентификация грузов;
- комплектация;
- упаковка;
- маркировка и пр.

Данные операции являются составными частями складского технологического процесса и носят название «грузопереработка», включающая в себя совокупность операций, выполняемых на различных стадиях складского технологического процесса.

В практике логистической деятельности, а именно складской логистике выделяют два направления оптимизации:

первое направление – логистические технологии, которые направлены на оптимизацию конкретных операций в складской деятельности (например, идентификация продукции, размещение поступающих продуктов, отгрузка продуктов);

второе – логистические технологии, которые оптимизируют деятельность склада в целом (табл.1) [1].

Таблица 1

Логистические технологии оптимизации грузопереработки [1]

Оптимизация отдельных операций грузопереработки	Оптимизация деятельности склада в целом
Штриховое кодирование, Радиочастотная идентификация	«Система управления складом» – WMS
Кросс-докинг	Имитационное моделирование
ABC-XYZ -анализ	

В последнее время широкое применение получил *кросс-докинг*. Большая часть авторов, занимающаяся практическим применением кросс-докинга, рассматривают его с позиции процессного подхода и отмечают, что это процесс приемки и отгрузки товаров и грузов через склад напрямую, без размещения в зоне долговременного хранения. Логистическими операциями в процессе кросс-докинга являются:

- доставка товара на склад от производителей;
- перевалка – ситуация, когда партию товара не нужно доукомплектовывать, она вся целиком идет заказчику, в таком случае груз просто перемещается напрямую в другой транспорт и отвозится на место назначения;
- консолидация – процесс доукомплектации груза от одного поставщика товарами другого поставщика, так называемая доукомплектация сборного заказа;
- расконсолидация – рассортировка партии товара от одного поставщика по разным заказчикам;
- распределение товара по подходящим единицам транспорта в соответствии с логикой эффективной загрузки и маршрутизации;
- доставка до конечного заказчика [2].

Кроме этого, под кросс-докингом понимают логистическую операцию в цепочке движения товара, при которой товар находится на складе самое минимальное время и совсем не принимается на ответственное хранение [3]. По сути это прямая поставка непосредственно от поставщика или от производителя, минуя складскую логистику.

Основная особенность кросс-докинга заключается в том, что отгрузка со склада и доставка товаров максимально точно согласуются по времени и, как следствие, продукция доставляется за минимальный срок.

Чаще всего данная технология доставки товаров применяется при перемещении скоропортящихся продуктов, а также розничной продукции с постоянным спросом. Реже перевозятся высококачественные изделия.



Рис. 1. Процесс кросс-докинг

Кросс-докинг происходит в один или два этапа:

одноэтапный кросс-докинг – груз проходит через склад в качестве неизменного отдельного заказа;

двухэтапный кросс-докинг – отгруженная партия товара подвергается переоформлению, и товар на складе может быть разделен на группы.

При использовании одноэтапного кросс-докинга получатель адресует товар определенной торговой точке, и груз проходит через склад как отдельный заказ без изменений. Двухэтапный кросс-докинг предполагает, что партия товара, отгруженная поставщиком на склад в качестве логистической единицы, будет переформирована. При этом товар на складе можно делить на группы (каждая из которых доставляется в торговую точку) или собирать в единый блок (логистическую единицу) вместе с другими частями этого же заказа [4].

Хранение товара на складе в обоих случаях полностью исключается. Прямая перегрузка товара с одного транспортного средства на другое ведет к сокращению затрат при организации складских операций на 20-30 % .

Среди основных случаев применения технологии кросс-докинг можно выделить: мелкие партии и большой ассортимент, смешанные паллеты. Другими словами, кросс-докинг удобен при необходимости консолидации мелких партий товара от различных поставщиков;

необходимость в отправке товара от нескольких поставщиков конечным получателям в регионах, консолидация сложных поставок;

работа с товарами, для которых: характерна высокая оборачиваемость и прогнозируемый спрос; товары массового потребления; товары, пользующиеся максимальным спросом; скоропортящиеся товары: овощи, фрукты, мясо и т.п.;

проведение: рекламных/промо акций, т.е. рекламные мероприятия и другие спланированные по времени маркетинговые акции; обеспечение поставок «точно в срок» (Just-in-Time), когда идет отгрузка по многим адресам при небольшой номенклатуре, а также в случае доставки сезонных товаров;

высококачественные товары, для которых не нужна тщательная проверка качества при получении;

обработка возвратных потоков.

Стоит отметить преимущества и недостатки технологии кросс-докинга (табл. 2).

Таблица 2

Преимущества и недостатки технологии кросс-докинга [1- 4]

Преимущества	Недостатки
снижает расходы на обработку, эксплуатационные расходы, а также затраты на хранение запасов (исключая хранение грузов на складах) до 30%	четкая организации транспортных потоков, т.к. без нее теряется эффективность
сокращение времени движения товара от производителя к конечному потребителю	зависит от ряда характеристик потенциальных контрагентов
постоянный анализ потребительского спроса на товар, а так же четкий прогноз по динамике прохождения через склад (приход-уход)	При перевозке хрупких грузов и грузов, требующих особого применения дополнительная обработка товаров может привести к повреждению изделия
происходит оптимизация цепочки поставок от пункта отправления в пункт продажи	

Таким образом, компании, использующие технологию кросс-докинга, значительно снижают свои издержки, повышая конкурентоспособность. Учитывая отмеченные преимущества, кросс-докинг является перспективной технологией, способной оказывать положительное влияние на качество и скорость обслуживания конечного клиента.

Список литературы:

1. Пензев В. Н. Кросс-докинг / В.Н. Пензев //Логистика и управление цепями поставок. – 2012. – №. 5. – С. 84-90.

2. Автоматизированные транспортно-складские системы на участках механической обработки деталей: учеб. пособие [Электронный ресурс] / под ред. Б.И. Коган. – Кемерово, 2002. – Режим доступа: <http://samorazvitie.net>.

3. Наполитано, Н. Pick-by-line - новая технология кросс-докинга/ Н.Наполитано // Склад и техника. – 2008. – №2.

4. Курейчик В. М. Генетический алгоритм решения логистической задачи / В. М. Курейчик, А. А. Рокотянский // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 136. – №. 11 (136).

Зайчук А.С., студентка
Калиниченко М.П., к.э.н., доцент
tsybulnik.alina@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Оценка эффективности маркетинговой деятельности осуществляется для того, чтобы убедиться, что анализируемая компания достигла планируемого уровня объема продаж, прибыли и других целей, сформулированных в маркетинговых и стратегических планах. В совокупности эти планы отражают результаты деятельности по планированию, которые указывают на то, как должны быть распределены ресурсы между рынками, товарами и мероприятиями комплекса маркетинга.

Актуальность данной темы состоит в том, что на данном этапе экономической наукой пока не выработаны, с одной стороны, универсальные, а, с другой стороны, комплексные методические подходы к оценке эффективности маркетинга. Значимость выбранной темы также обусловлена тем, что на практике каждое рыночно ориентированное (клиентоцентричное) предприятие сталкивается с потребностью разработать собственные критерии и способы оценки эффективности маркетинговой деятельности с учетом специфики рынка. В этой связи возникает необходимость в структуризации существующих методических подходов к оценке эффективности маркетинга и на ее основе – формирование комплексной методики оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Цель данного исследования заключается в научном обобщении существующих методических подходов к оценке маркетинговой деятельности.

Анализ последних публикаций и исследований. Ученые продолжают выдвигать различные гипотезы по поводу того, какая из маркетинговых политик будет являться самой эффективной по отношению к предприятию любой специализации или отрасли. Вопросам оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия посвящены исследования таких известных ученых как Жан-Клод Ларреше [1], Б.А. Соловьев [2], О.В Китова [3], Д. Траут [4] и др.

Наиболее популярным способом является метод оценки эффективности маркетинговой деятельности как совокупность затрат на маркетинг. При этом методе используются экономико-статистические методы в исследовании зависимости между затратами на маркетинг и финансовым результатом [1]. В данной работе рассмотрим классификацию методов оценки эффективности маркетинговой деятельности и раскроем сущность каждой из представленных методик.

В современных условиях разработка системы оценки эффективности маркетинговой деятельности позволяет определить значимую информацию по управлению стратегией компании, в то время как другие, менее важные, индикаторы можно проигнорировать, или предоставить по требованию. Такое сравнение позволяет показать, что данная система должна включать в себя ключевые показатели оценки степени продвижения компании к цели [2].

В маркетинговой практике существует большое количество методов и методик, позволяющих оценить экономическую эффективность маркетинга и принимаемых маркетинговых решений. В данном исследовании проведем группировку основных количественных методик оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности по следующим основным группам (рис. 1).

Рассмотрим подробнее каждую из методик. Школа Ф. Котлера количественным методам обоснования маркетинговых решений отводит первостепенную роль. Для установления эффективности определенного планируемого маркетингового мероприятия необходимо, чтобы цель была сформулирована количественно. Чаще всего на практике используются следующие количественные методы оценки планируемой эффективности маркетинговых решений:



Рис. 1. Классификация основных количественных методов оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия [5]

1) *Многомерные методы* представлены факторным и кластерным анализами, методом экстраполяции. Данные методы применяются для обоснования маркетинговых решений, в основе которых лежат многочисленные взаимосвязанные переменные,

например, определение объема продаж нового продукта в зависимости от его технического уровня, цены, затрат на рекламу, другого элемента комплекса маркетинга.

2) *Методы статистической теории принятия решений.* Статистические методы анализа – группа методов и способов сбора и обработки данных, используемых для описания и анализа информации. Используются для стохастического описания реакции потребителей на изменение рыночной ситуации (прогнозирование рыночной доли).

3) *Детерминированные методы исследования операций* представлены линейным и нелинейным программированием. Данные методы применяются тогда, когда имеется много взаимосвязанных переменных и надо найти оптимальное решение, например, вариант доставки продукта потребителю, обеспечивающий максимальную прибыль, по одному из возможных каналов распределения.

4) *Регрессионные и корреляционные методы.* Используются для установления взаимосвязей между группами переменных, описывающих маркетинговую деятельность.

5) *Гибридные методы.* Объединяют детерминированные и стохастические (вероятностные) характеристики. Применяются, прежде всего, для исследования проблем товародвижения [5].

Таким образом, можно сделать следующий вывод: успешное проектирование системы оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности помогает обеспечить достижение запланированных результатов, а применение комплекса методов оценки позволит провести более глубокий анализ экономической составляющей маркетинговой деятельности компании, что в целом значительно увеличит эффективность управления маркетингом.

Таким образом, каждому предприятию периодически следует абстрагироваться от достигнутых результатов и внимательно оценить маркетинговую эффективность компании в целом с точки зрения более длительного периода времени.

Список литературы:

1. Жан-Клод Ларреше Оковы стереотипов маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2006/03/17/sistema_ocenki_effektivnosti (дата обращения: 15.02.2019).
2. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Китова, О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование / О.В. Китова. – М., 2009. – 328 с.
4. Траут, Дж. В поисках очевидного. Как избавиться от хаоса в маркетинге и бизнес-стратегии / Дж. Траут. – СПб: Питер-Юг, 2010. – 272с.
5. Дерев'янченко, Т. Є. Маркетинговий аудит: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / Т.Є. Дерев'янченко; Держ. вищ. навч. закл. «Київськ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Київ: КНЕУ, 2007. – 222 с.

Кабанец С.С., студентка
Молохова Я.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
svetlana.kabanets@mail.ru

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В ДНР

Актуальность. Интернет-маркетинг становится актуальной темой во всех секторах бизнеса и играет действительно важную роль в многоканальной маркетинговой стратегии любой компании. Торговля является основным способом получения прибыли в бизнесе, свыше 90% различных организаций и фирм берут за основу именно этот принцип.

Данная работа посвящена решению проблемы, связанной со сферой торговли на территории Донецкой Народной Республики.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием данной проблемы занимались такие ученые, как Данилюк А., Рубцов А, Акила К. и другие.

Цель исследования: заключается в рассмотрении особенностей интернет-маркетинга в ДНР, а также его влияния на продвижение товаров.

Результаты исследования. Для большинства людей привычен классический способ торговли: покупки в супермаркетах или на рынке. Но мир быстро меняется, в этой быстро меняющейся обстановке у многих людей нет времени думать о своих покупках или даже посещать магазины. Именно поэтому интернет-торговля становится все более актуальной.

Это позволяет покупателям экономить время, усилия, уменьшает факторы ожидания и помогает совмещать покупки с некоторыми другими видами деятельности, потому что покупка может быть сделана из любого места, где есть доступ в Интернет.

Интернет и интернет-магазины сами по себе открыли горизонты и создали совершенно новые области маркетинга, разработали стратегии и различные его виды.

Еще несколько лет назад даже самый оптимистичный эксперт не мог утверждать, что Донецк сможет вернуться к нормальной жизни. Но ситуация в городе на сегодняшний день показывает, что город смог отойти от тяжелых событий 2014-2015 годов, прийти в себя и стал развиваться ускоренными темпами, насколько это позволяет обстановка. Донецк, как «город-миллионник», активно шагает в ногу со временем. Учитывая новые мировые тенденции, предприниматели в ДНР не стоят на месте и этому есть подтверждение: в последнее время, здесь все чаще открываются не только офлайн-, но и онлайн-магазины.

На данный момент стало актуальным создавать не только веб-сайты магазина, где можно совершить покупку онлайн, оплатив ее картой, но также активно развивается продвижение продукции с помощью социальных сетей, что является разновидностью интернет-маркетинга [1].

В ходе исследования рекламного агентства ДНР по продвижению в социальных сетях «Небо», было проанализировано, какие платформы чаще всего используются для продвижения продукции в ДНР и в мире (рисунок 1).

Согласно результатам, самыми актуальными платформами для продвижения являются Facebook, Instagram и Вконтакте.

Facebook является самой популярной социальной сетью в мире, но в Донецкой Народной Республике он не так актуален. Здесь чаще используется Instagram и Вконтакте.

Исходя из данных, для продвижения своего товара, Facebook в мире используют 48% пользователей, Instagram – 37% и всего 15% - Вконтакте. В Донецке наиболее

актуальным является Instagram – 65 % пользователей, 30% используют Вконтакте и всего 5% Facebook.

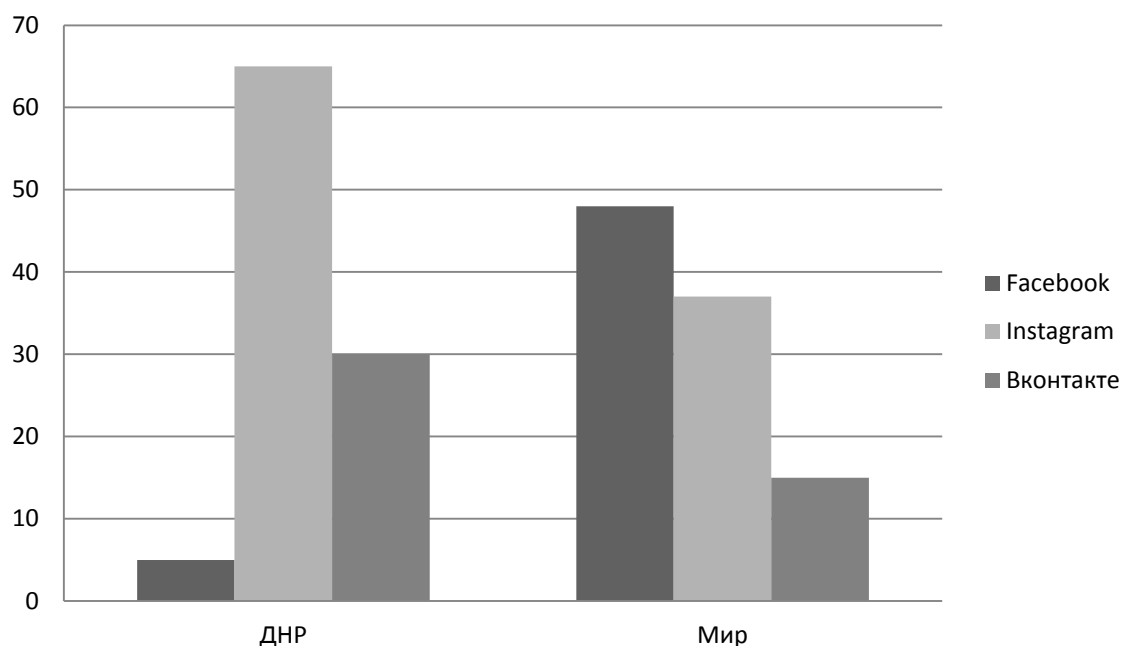


Рис.1. Платформы для продвижения товара в социальных сетях

Так как в 2014 году работа украинских почтовых служб и служб доставки была прекращена, в Донецкой Народной Республике стало проблемно отправить и получить посылки. Тем не менее, жители города все так же совершают покупки, используя интернет-магазины, но теперь российские.

Сегодня на территории ДНР работают около 10 логистических компаний. А также примерно 100 частных курьерских служб, которые занимаются доставкой 136 посылок и грузов в республику. Также, осуществляет свою деятельность республиканское предприятие «Почта Донбасса», которое предлагает, как услуги курьерской доставки, так и услуги доставки грузов из РФ. Пересылка осуществляется через оператора российской государственной почтовой сети ФГУП «Почта России».

У жителей города есть возможность воспользоваться услугами коммерческих организаций, например, «Наша почта» и «EastExpress». Они осуществляют экспресс-доставку посылок и грузов по ДНР и ЛНР, РФ и Крыму [2].

В настоящее время, в республике работают такие интернет-магазины, как ДНР-Маркет, VsemSmart.RU, MobZilla, E-Mobi, ТехноЛенд, Санкер, Мебель Донбасса, MEGAMAG, SmartDN, Техпром.net и другие. Все они могут предоставить покупателям широкий ассортимент бытовой техники, электроники, мебели, одежды, обуви, игрушек и других товаров [3].

Выводы. Итак, интернет-магазины все чаще приходят на смену обычным. Интернет для жителей всего развитого мира уже давно перестал быть исключительно источником информации и площадкой для общения, а стал местом, где можно не выходя из дома в комфортной обстановке выбрать и приобрести интересующий товар, изучить его характеристики, посмотреть отзывы других покупателей и заказать доставку в удобное время. Товаром может быть все, что угодно – от одежды до бытовой техники.

Не смотря на прекращение работы украинских почтовых служб и служб доставки, жители Донецкой Народной Республики без проблем могут приобрести им нужные товары в интернет-магазинах с доставкой из РФ, ЛНР, Крыма и т.д.

Список литературы:

1. Колисниченко, Д. Н. Поисковые системы и продвижение сайтов в Интернете; Диалектика, Вильямс. – М., 2007. – 272 с.
2. 62.ua – Сайт города Донецка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.62.ua/news/1690439> (дата обращения 20.04.2019).
3. ДНР-МАРКЕТ. Гарантия качества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnr-market.ru/magazin-dnr> (дата обращения 20.04.19).

Костюченкова М.С., студентка
Святелик Н.П., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
fopwer12345@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Актуальность. Современная реклама во всем мире постепенно превращается в мощный социальный институт, претендуя на выработку морально-этических стандартов, особую значимость приобретает анализ эффективности управления рекламной деятельностью.

С развитием рынка увеличением запросов потребителей, растет предложение самых разнообразных товаров. Такой рост, конечно же, вызывает ужесточение свободной конкуренции на рынке. Свободная, развитая и честная конкуренция на рынке, естественно, благоприятна для экономики и для потребителя, так как развивает производство. Но в таких условиях предприятию становится сложнее продвинуть на рынок свой товар, сделать его востребованным на фоне огромного количества подобных предложений.

В таких условиях предприятиям необходимо не только повышать привлекательность товаров, например, улучшая их качество и снижая цены, но и путем привлечения внимания потребителя к своему предложению товара. Такое возможно с помощью рекламы. Реклама, с одной стороны, доводит до потребителей информацию, необходимую для осуществления покупки и использования изделий. С другой, сочетая свою информативность со способностью внушать и убеждать, реклама оказывает на человека эмоционально-психическое воздействие.

Следовательно, реклама – является эффективным инструментом для повышения спроса на товары. Сейчас успешному предприятию наряду с рациональным функционированием необходима эффективная организация рекламной деятельности. Таким образом, **актуальность темы обусловлена тем**, что грамотная рекламная кампания оказывает влияние на формирование финансовых результатов организаций.

Анализ последних исследований и публикаций. Роль, воздействие рекламы на влияние покупательского поведения были рассмотрены в работах таких авторов как Д. Аакера, Р. Батра, В.И. Гостенина, А.В. Катернюка, Дж. Майерса, А.А. Романова, В.Е. Ромата, Ф.И. Шаркова, А.Н. Лебедев-Любимов, Л.И. Рюмшина, Р. Харрис, В. Ценев, и другие.

Выделение нерешённой проблемы. В своих трудах ученые отмечают увеличение продаж товара, получение больших денежных средств, но отдельные аспекты требуют дальнейшего исследования [4]. Малоизученным остается вопрос эмоционально-психологического воздействия дизайна рекламы на поведение потребителей.

Целью данного исследования. Выявить влияние телевизионной рекламы на покупательское поведение.

Результаты исследования. Слово «реклама» произошло от латинского *reclamare*, что означает «кричать» [1]. Как термин, определяющий конкретный вид деятельности, он появился во второй половине XVIII в.

Цель рекламы - довести до потребителей информацию о товаре и его свойствах так, чтобы он захотел его приобрести. Она «преследовала» людей еще много веков назад, но это было в более упрощенной форме, нежели сейчас. К примеру, наскальные рисунки, на которых была изображена информация о месте охоты, устная передача информации «из уст в уста». Сейчас же создают очень яркие, красочные рекламные ролики, с учетом психологического воздействия на людей. Рассмотрев детально рекламу, как инструмент воздействия на потребителей, можно прийти к выводу, что ее влияние на разные возрастные и социальные группы населения очень велико.

Средства, которые используют в рекламном дизайне: изображение, форма, оформление цвета, освещение, цвет, расположение элементов.

Исследование психологов доказывают, что на сложных, детализированных изображениях, человек дольше задерживает свой взгляд [3]. Он рассматривает сложные элементы по кругу, переходя от одного к другому. Но все же нельзя переусердствовать и стоит помнить о главных задачах: раскрыть тему и построить уверенный ассоциативный ряд. Должна быть выстроена правильная композиция кадра, лучше всего использовать метод золотого сечения. Объект, который мы рекламируем, должен быть хорошо освещен. Покупатель должен с первого раза рассмотреть товар. Цвета должны смотреться гармонично и естественно. Форма квадратная, прямоугольная, круглая, овальная, треугольная, линии горизонтальные, вертикальные, все воспринимаются зрителем по-разному и необходимо это учитывать при разработке рекламы. Еще не менее важно, рационально и эффективно выбрать средства массовой информации, что повысит информированность потребителей и узнаваемость товара.

Из плюсов телевизионной рекламы можно выделить [2]:

- одновременное визуальное и звуковое воздействие;
- высокая заинтересованность телезрителей от происходящего на экране;
- высокое психологическое воздействие;
- большая аудитория.

Основным преимуществом телевизионной рекламы является охват большой аудитории и высокая эмоциональная убедительность.

Для подтверждения данного преимущества, нами было проведено анкетирование в марте 2019 года. Целью данного исследования является выявление влияния воздействия телевизионной рекламы на покупательское поведение. Участниками данного исследования были студенты ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», в возрасте от 17 до 23 лет. Было опрошено 52% девушек и 48% парней. В процессе опроса и анализа результатов анкетирования выяснилось, что существенная доля опрошиваемых (61%) смотрят рекламы полностью; 25%- частично, а 14 % вообще не смотрят рекламу.

Чтобы выяснить отношение аудитории к рекламе, были заданы следующие вопросы, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Анкетирование для студентов ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Вопросы	Результаты опроса
1. Как Вы относитесь к рекламе в целом?	30% реклама нравится. 9% не нравится. 61% нейтральное отношение.
2. Какую рекламу вы любите смотреть?	41% любят смотреть рекламу одежды, обуви. 15% техники. 18% питание, 26% средство гигиены и лекарственные препараты.
3. Насколько Вы доверяете рекламе?	Большая часть доверяет(78%), а остальные (22%) вовсе не доверяют.
4. Вам запоминается реклама?	51% запоминают слоган из рекламы, 27 % часто запоминают, а 22% не запоминается вообще.
5. Какое у Вас отношение к товару после просмотра рекламного ролика?	У 59% опрошенных, товар вызвал интерес. 25% ответили, что им товар безразличен. Остальные же хотели купить товар сразу.
6. Прислушиваетесь ли Вы к рекламе, когда покупаете товар?	78% людей ответили, что прислушиваются. 22% нет.
7. Как бы Вы изменили рекламную систему ?	Ничего не изменили (73%), показывали меньше роликов (23%). 4% ответили, что убрали бы рекламу вовсе.

Выводы по результатам исследования. Современные виды рекламной деятельности очень разнообразны и охватывают почти все сферы жизнедеятельности человека. Она пропитывает всё окружающие нас пространство и её воздействия почти невозможно избежать. Несколько лет назад интернет служил исключительно научным и производственным целям, а сейчас это фактически огромная рекламная сеть, которая расширяется за счет средств рекламных агентств. Найти научную информацию в этой, в прошлом меж университетской сети, стало предельно сложно, а реклама встречается на каждом шагу. Более того, интернет сейчас организован так, что почти любые поисковые действия приводят к рекламным страницам. Очевидно, что в ближайшее время количество новых видов и способов рекламы будет увеличиваться. Нет причин ожидать его остановки или снижения темпов роста.

Также, исходя из проведенного анкетирования, можно сделать вывод, что реклама действительно привлекает внимание и влияет на покупку того или иного товара; незначительная часть людей переключают каналы, во время показа рекламы; малая часть опрошенных считают, что рекламу следует показывать меньше или вовсе убрать.

Список литературы:

1. Мудров, А.Н. Основы рекламы / А.Н. Мудров. – М: Экономистъ, 2015. - 94 с.
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб.: ПИТЕР 2014, – 304 с.
3. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и PR / И.Л. Викентьев. – СПб.: ТРИЗ-ШАНС, 2013.
4. Гусаров, Ю.В. Менеджмент рекламы: учебное пособие. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2016. – 527 с.

Лавренцов А.Д., студент
Петенко И.В., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ

Постановка проблемы. В настоящее время, различные организации, с целью эффективного и успешного функционирования, а так же динамичного развития вынуждены решать ряд определенных задач, главными из которых являются: внедрение новых технологий в производство, поиск заказчиков и новых рынков сбыта товаров, а также поиск деловых партнеров, поставщиков и посредников.

Так как старые методы работы в этих направлениях дают желаемый результат не всегда, был найден ключ к решению данных проблем – это активное использование сети Интернет в работе всех служб организации, а так же планомерное включение Интернет-маркетинга в стратегию развития организации [1].

Данную проблему разрабатывали Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И., Дейнекин Т. В., Гурвич В., Носкович М.

Цель работы заключается в выявлении инструментов и форм, используемых интернет технологий и их влияние на маркетинговую деятельность.

Актуальность работы обусловлена возросшей ролью Интернета как одного из основных маркетинговых инструментов. Интересен тот факт, что сегодня даже в небольшом городе, собственный web-сайт перестал восприниматься предприятиями, как нечто, являющееся прерогативой крупных компаний. Любому предприятию, вне зависимости от его отраслевой принадлежности, формы собственности, размера и др. характеристик, вполне по силам не просто выйти в Интернет, но и добиться там успеха.

Основная часть. Если рассматривая сеть Интернет как одно из средств маркетинга, то в первую очередь, необходимо отметить, что результаты сравнения Интернет с традиционными СМИ показывают, что Интернет обладает рядом характерных особенностей и значительных преимуществ. Что касается аудитории, которую охватывает сеть, то треть населения планеты являются пользователями Интернета, что открывает большое поле деятельности для компаний [2].

Рассмотрев основные выгоды и преимущества сети Интернет как маркетингового средства, можно обратить внимание на то, какие основные инструменты получает в своё распоряжение компания, подключившись к Интернет:

- Электронную почту (e-mail).
- Списки рассылки и телеконференции.
- Протоколы FTP и Gopher.
- World Wide Web.
- Веб-сайт.
- Социальные сети.

Интернет так же может быть эффективно использован для проведения маркетинговых исследований. Он позволяет проводить как первичные маркетинговые исследования, основанные непосредственно на первичных данных, полученных в рамках проведения фирмой маркетинговых исследований в Интернете, так и вторичные маркетинговые исследования, основанные на данных, опубликованных в Интернете, или на другой информации, косвенно затрагивающей область проводимого фирмой исследования [3].

Одним из самых ярких примеров успешного применения Интернет-технологий в маркетинговой деятельности продемонстрировал всемирно известный производитель

мобильных телефонов "Nokia". Ежегодно четверть его затрат на рекламу составляют расходы на рекламу в Интернете.

В первую очередь хотелось бы отметить веб-сайт производителя Nokia.com, переведенный на большинство языков мира. Что примечательно, при загрузке сайта, сервер автоматически определяет принадлежность ip-адреса к стране пользователя, а так же открывает его в необходимом языке. Здесь присутствует большое количество информации, от истории создания компании до самых подробных технических характеристик каждой модели. Сайт продуман до мелочей, и вся информация систематизирована для удобной навигации по нему.

Компания Nokia проводит рекламные кампании своих продуктов и руководствуется своим основным правилом: формировать группы из нескольких аппаратов и продвигать их в рамках одной кампании. Хотелось бы представить самые масштабные из них.[4]

1. Мобильный компьютер Nokia N97. В Nokia N97 реализованы все компьютерные функции, которые только можно уместить в устройстве размером с мобильный телефон. Инновационность новой модели стала основной идеей нестандартной Интернет-кампании, которая представляет собой рекламные баннеры "большого" формата, распространенные на новостных и поисковых сайтах: mail.ru, Rambler.ru, lenta.ru и другие. А на портале Kommersant.ru, все видеоплееры были забрендированы под данную модель телефона.

2. Другая кампания, которая была запущена совсем недавно, направлена на продвижение флагмана фирмы Nokia Lumia 800. Она проводится под лозунгом "Удивителен каждый день" и ее можно разделить на 2 этапа – это реализация маркетинговой программы сначала в реальной жизни, а потом ее распространение на сеть Интернет. Суть состоит в следующем: лифт в одном из торговых центров Москвы был оформлен с баннером телефона, а в самом лифте происходят необычные вещи с его посетителями. Так, уже есть 3 видеоролика: с участием полиции, танцующих девушек и персонажей популярной игры Angry Birds. Материал был снят видеокамерами и выложен на видеохостинги (например, Ютуб, где в общей сложности видео имеют около 700 тыс. просмотров) и ссылки на него активно распространяются в специально созданных группах в социальных сетях, где вызывают большой интерес к себе.

Подобные маркетинговые ходы компании Nokia в Интернете приносят ей ежегодный прирост прибыли и укрепляют ее положение на многих рынках [5].

Список литературы:

1. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг: учебник для вузов. – 2-е изд. [Текст] / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – СПб.: Питер, 2008. – 688 с.
2. Дейнекин, Т. В. Международный маркетинг и Интернет-маркетинг: учеб. пособие [Текст] / Т. В. Дейнекин. – М.: МЭСИ, 2007. – 63 с.
3. Гурвич, В. Путь к успеху через Интернет [Текст] / В. Гурвич // Газета «Экономика и жизнь». – № 14 (9124). – 2008. – С. 13.
4. Носкович, М. Nokia ставит на Интернет [Текст] / М. Носкович // Бизнес. – 2008. – С. 206.
5. Nokia – Nokia on the Web [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nokia.com> (дата обращения 20.04.2019).

Лахнова А.В., студентка
Федорченко А. Г., ассистент
Автомобильно-дорожный институт
ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»
fedorchenko@adidonntu.ru

ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Актуальность. В последнее время Логистика, обладая огромным стратегическим ресурсом, обеспечивает устойчивое развитие Донецкой Народной Республики. Совершенствование логистической системы занимает определяющее место в стабилизации экономики, поскольку ее существование связано с продуктивностью, эффективностью функционирования сферы материального производства и территориальным разделением труда. Состояние развития логистики зависит от темпов модернизации и выступает детерминантом экономического роста.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы совершенствования управления логистической деятельностью нашли свое отражение в публикациях таких отечественных и зарубежных ученых: Б.А. Аникин, В.В. Брагинский, Н.М. Дашенко, Ю.В. Черток, А.А. Родимченко и др.

Цель исследования: детальный анализ логистической системы в регионе, выделения на основе анализа проблем развития региональной логистики и пути преодоления этих проблем.

Результаты исследования. На протяжении последних лет состоялись кардинальные изменения в рыночной конъюнктуре – рынок прекратил быть массовым и стал ориентированным на потребителя. Способность производителей соединить индивидуальные покупательные преимущества с них производством и системой планирования стала решающим фактором в конкурентной борьбе. Быстрые изменения вкусов покупателей, их запросов относительно качества, доставки продукции ведут к необходимости уменьшения сроков и объемов снабжений, сокращение резервных запасов времени и материалов. Одним из определяющих атрибутов работы предприятия является организация его деятельности, которая требует внедрения новых прогрессивных идей в системе управления, важным компонентом которой является логистика. Именно логистические подходы в хозяйственной деятельности оптимизируют поточные процессы, содействуют их преобразованию и интеграции. Главная задача логистики - это снабжение продукции надлежащего качества и количества в заранее обусловленный срок при минимальных затратах, связанных со снабжением, производством, хранением, транспортировкой и т.п. Это становится возможным путем глубокого анализа и прогнозирования рыночной ситуации, синхронизации отдельных элементов предприятия, оптимизации методики выбора альтернативных решений, т.е. концепция логистического управления предприятием способна обеспечить высокий уровень производственной интеграции и синхронизирует все потоки предприятия [1]. Логистика является важной составляющей для работы каждого предприятия. Известно, что в экономике под инфраструктурой понимают совокупность составных частей какого-нибудь объекта, которые имеют подчиненный вспомогательный характер и обеспечивают условия для нормальной деятельности объекта в целом. Можно выделить основные причины роста интереса в направлении создания логистической инфраструктуры в Донецкой Народной Республике, далее ДНР, а именно:

- военные действия, которые привел к уменьшению государственного финансирования такой важной для всего общества области, как инфраструктура;
- важность оптимальной инфраструктуры, от которой зависит развитие экономики страны в целом;
- поиск инновационных путей развития производства с формированием новых моделей экономики;
- необходимость привлечения частного сектора к финансированию логистической инфраструктуры;
- процессы глобализации экономики разных стран и т.п.

Итак, логистическая инфраструктура – это механизм с помощью которого совокупность технических, технологических, организационных, экономических элементов обеспечивает эффективное логистическое обслуживание и функционирования всех материальных потоков [2]. Исследуя логистическую инфраструктуру необходимо определить ее составные, а именно: – транспортные, коммуникационные, складские и обслуживающие элементы, которые связаны с дополнительной обработкой товаров; – совокупность зданий, сооружений с необходимым оборудованием для складирования продукции, паковка; – средства получения, передачи и обработки информации с предоставлением торговых, бытовых и административных услуг, которые обеспечены необходимыми ресурсами – естественными, материально-техническими, информационными, институциональными и финансовыми; – логистические центры, логистические операторы, составы общего назначения. Для создания эффективной логистической инфраструктуры сначала надо решить вопрос размещения ее объектов в пределах географического полигона. Между тем, следует отметить, что в современной экономике Донецкой Народной Республике важным компонентом стало развитие логистической инфраструктуры, которая непосредственно имеет влияние на увеличение ВВП страны. Это обусловлено благодаря обеспечению более высокого качества обслуживания товарных потоков, привлечением транзитных товаров, которые проходят через страну. Ростом необходимости расширения комплекса обслуживающих видов деятельности и использованием современных складских, транспортных, информационных и коммуникационных систем, занятости населения, все это в конечном результате приводит к увеличению объема ВВП. Таким образом, важной задачей является создания логистической инфраструктуры в ДНР как интегрированной и адаптированной системы, которая рассматривается сквозь призму обеспечения конкурентоспособности национального рынка. На основании изучения состояния современной логистической инфраструктуры в ДНР и возможностей ее дальнейшего развития можно определить влияние таких факторов, как: – географическое положение ДНР (транзитный потенциал); – темпы роста сектора логистических услуг; – перспективы развития транспортной структуры страны; – дальнейшее расширение и использования бизнес-единиц информационно-компьютерных технологий, которые содействуют развитию инфраструктуры информационной логистики; – развитие сетей оптово-розничной торговли, которая способствует складской инфраструктуре.

Однако не считаясь со всеми положительными предпосылками, которые существуют в ДНР для дальнейшего развития и функционирования логистической инфраструктуры, необходимо выделить и определенные проблемы, которые препятствуют ее созданию и эффективности. Одной из проблем на пути развития логистической инфраструктуры ДНР выступает проблема транспортной инфраструктуры. Рынок транспортных услуг в ДНР сформирован, но отсутствие надлежащих транспортных путей и решений тормозит развитие логистической инфраструктуры, поскольку в этих условиях не возможно выполнить основную

функцию логистики – сокращение пути движения товаров от производителя до потребителя за минимальный срок. Также существует проблема низкого качества дорог и соответствия отечественного транспортного комплекса требованиям мировой транспортной системы и высокой степени физического и морального износа подвижного состава транспорта. Другой весомой проблемой формирования целостной логистической инфраструктуры, в отличие от развитых стран мира, выступает недостаточность узловых логистических центров, с помощью которых возможна оптимальная организация распределения материальных потоков, управление запасами, изменение видов транспорта, а также предоставления складских услуг.

Выводы. Проведенный анализ отражает комплексную характеристику состояния логистической системы. Таким образом, тщательный анализ позволил получить определенные недостатки этой системы и сделать определенные пути по совершенствованию модели управления логистикой в регионе.

Именно логистические центры, которые отвечают мировым стандартам переработки грузов, выступают неотъемлемым звеном логистической инфраструктуры, поскольку обеспечивают ее координацию, интеграцию систем обращения и транспортировки, взаимосвязь с производителями, перевозчиками, банками, страховыми компаниями и потребителями. Проблемой управления логистической инфраструктурой в ДНР также неэффективное использование основных средств предприятий, которые обеспечивают логистические процессы, следствием чего являются увеличения затрат во время выполнения задач относительно складирования и транспортировку материальных потоков [3].

Поэтому важность и комплексность проблемы развития логистики на отечественном рынке актуализируют необходимость проведения более основательных, «полевых» исследований методов выполнения широкого спектру логистических услуг с целью поиска адекватных механизмов развития эффективной логистической инфраструктуры. Создание и функционирование логистической инфраструктуры в ДНР как интегрированной и адаптированной системы является ручательством повышения эффективности и конкурентоспособности, как предприятий, так и государства.

Список литературы:

1. Комарницький, І.М. Розробка інформаційної системи функціонування логістики / І.М. Комарницький, Н.С. Питуляк, І.В. Петух // Вестник Львівського державного інституту новітніх технологій і управління ім. В. Чорновила. Серія - економічні науки. – №1. – 2007. – С.5-14.
2. Казанська, О.О. Інформаційне забезпечення розвитку логістичної інфраструктури національної економіки / О.О. Казанська, А.С. Герашенков // Економічні науки. Серія - економіка і менеджмент: Збірник наукових робіт. Луцький національний технічний університет. – Випуск 7 (26) Частина 4. – 2010. - С.156-171.
3. Григорак, М.Ю. Методика оцінки використання потенціалу логістичної інфраструктури/ М.Ю. Григорак, Л.В. Костюченко // Економічні науки. Серія - економіка і менеджмент: Збірник наукових робіт. Луцький національний технічний університет. – Випуск 7 (26) Частина 4. – 2010. – С. 103-108.

Леонова Д.А., студентка
Ибрагимхалилова Т.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Dashunkaleo@gmail.com

СРОЧНАЯ ДОСТАВКА КАК УПУЩЕННАЯ ПРИБЫЛЬ

Наличие огромного количества интернет-магазинов открывает доступ к самым разным товарам, не выходя за порог дома. Через мобильное приложение или сайт можно заказывать все: от скоропортящихся продуктов до предметов быта.

Но бывают ситуации, когда товар нужен срочно. Среди типичных случаев, когда высока потребность в срочной доставке, числятся: свадьба, ремонт автомобиля, ремонт помещений, подготовка к мероприятию в последний момент, заболевание и другие случаи. По результатам исследования Dostavista 72% опрошенных хотели воспользоваться функцией – срочности доставки, но не всегда магазин предоставляет такую возможность [6].

Логистика – это слабое место многих интернет-магазинов. По результатам исследования Dostavista, недорогие товары (до 500 рублей) доставляются дольше (в среднем 9 дней). Такую доставку нельзя назвать оперативной. Дорогие товары доставляются за 3-4 дня и преимущественно курьерской доставкой, что тоже недостаточно быстро [1].

Можно понять, почему так сложно организовать данную услугу. Содержание штата сотрудников для выполнения экстренных заданий, при том, что они поступают довольно редко, может негативно сказываться на прибыли. Постоянно будет складываться одна из ситуаций: либо большая часть курьеров будут сидеть без дела при большом штате (а платить им все равно нужно), либо все будут заняты и может не хватать персонала (это повлечет критику со стороны потребителей). Предугадать нужное количество курьеров сложно, в связи с этим не все компании предоставляют нам услуги срочной доставки.

Цель работы – исследовать упущенную прибыль интернет-магазинов посредством анализа предприятий, имеющих срочную доставку и пользующиеся услугами курьерских фирм.

Создатели краудсорсинговых сервисов Bringo, «Достависта» и «Пешкарики» сумели организовать курьерские службы, не потратившись на штат курьеров, и уже зарабатывают на этом.

В базе «Достависта» около 10 тыс. человек, которые подрабатывают курьерами время от времени. По словам ее создателя Михаила Александровского, сейчас сервис ежемесячно осуществляет 40 тыс. доставок со средней стоимостью услуги 500 руб. [2].

Анализ деятельности ряда служб доставки показал, что большой потенциал в сфере услуг экспресс-доставки обусловлен увеличением объемов онлайн-торговли. Так, по оценкам J'son & Partners, объем рынка услуг доставки в России составляет более 50 млрд рублей в год. По данным АКИТ, объем рынка онлайн-торговли в 2016 году вырос на 21% и составил 920 млрд рублей с прогнозируемым ростом до 1,15 трлн рублей на 2017 год.

Согласно данным Data Insight, более 54% интернет-магазинов отдают задачу экспресс-доставки на аутсорсинг. Клиенты все чаще выбирают нерабочее время и узкий временной интервал, также отмечают представители Gett [3].

как это работает?



Рис. 1. Процесс срочной доставки

Если доставка и (или) товар оплачиваются наличными при получении, то деньги за доставку курьер оставляет себе, а деньги за товар и комиссию сервиса переводит ему через платежный терминал (например, Qiwi или Элекснет», процент за перевод сервис компенсирует). Сервис, в свою очередь, рассчитывается с продавцом. Наличные могут быть возвращены напрямую и продавцу, но это тарифицируется как отдельная доставка.

Отправитель может застраховать свою посылку за 0,9% от ее объявленной стоимости. В этом случае, если доставка не будет осуществлена или курьер исчезнет вместе с полученными деньгами, «Достависта» обязуется компенсировать потери отправителю [2].

Также этой курьерской доставкой достаточно удобно пользоваться интернет-магазинам. Достависта дает возможность выбрать несколько получателей и гарантирует перевод оплаты продавцу и целы товар потребителю.

Самым выгодным и надежным вариантом доставки является заключение договора с курьерской фирмой. Так у магазина есть возможность узнать больше о возможностях компании, профессионализме ее сотрудников и качестве их работы. Такой контракт является наименее затратным для среднего интернет-магазина, так как вообще не нуждается в дополнительных расходах [4].

Но в случае очень крупных магазинов наличие своей личной доставки имело бы большое значение. И хотя такая служба влечет за собой множество издержек (на транспорт, на персонал и т.д.) - она же может выполнять функции рекламы. Курьер – лицо компании, поэтому важное значение при формировании положительного имиджа компании ее узнаваемости выступает не только профессионализм курьеров, но и их внешний облик (униформа), а также автомобиль в том же стиле. Именно такие «атрибуты» выступают факторами повышающими интерес потребителей к услугам компании, т.к. покупатели всегда будут довольны не только качеством доставки, но и на психологическом уровне будут к ней более предрасположены.

Рассматривая курьерскую доставку как деятельность, приносящую прибыль необходимо помнить, что она многофункциональна. Если возможно заказать доставку к точному времени, курьер хорошо знаком с ассортиментом товаров и может ответить на

вопросы и предложить сопутствующие товары, а также он может предложить услугу установки и всевозможные комплектующие.

Такой сервис требует огромных затрат на содержание. Однако, он же формирует престиж фирмы в глазах потребителя. В добавок к этому если услуги доставки востребованы, то они будут окупаться. А если заказы с доставкой будут расти, то такая ситуация может привести и к значительному росту прибыли [5].

Например, компания Амазон запустила новую услугу. Их экспресс-доставка осуществляется в течение часа и охватывает более 25 000 товаров промышленного и косметического назначения. Доступность услуги обеспечена специальным приложением Prime Now доступным для смартфонов. Стоимость высокоскоростной доставки составляет 7.99\$, при этом, если клиент готов подождать более часа, то доставка осуществляется совершенно бесплатно [4].

В случае отсутствия функции срочной доставки покупатель поступает по-разному в зависимости от необходимого товара. Например, в интернет-магазин с наличием срочной доставки обратились бы покупатели косметики, зоотоваров, подарков, автозапчастей, продуктов и электроники. За товарами для дома и ремонта респонденты готовы ехать самостоятельно [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее выгодным вариантом для любого интернет-магазина является заключение долгосрочного договора с курьерской фирмой, однако для повышения имиджа компании можно создать отдел логистики непосредственно в магазине. Важнейшим фактором при его создании является финансовая возможность и готовность предпринимателя поддерживать его.

Чтобы интернет-магазин поднимался вверх по рейтингу поисковиков мало иметь хорошего SEO-специалиста, нужно предоставлять качественный сервис, который будет положительно влиять на «поисковую карму». Это значит, что магазинам с хорошо развитыми услугами будет больше интереса со стороны потенциальных покупателей, так как количество посещений и положительных комментариев будут показателем для них. А эти показатели можно поднимать только максимальным удовлетворением нужд потребителя.

Список литературы:

1. Как интернет-магазины зарабатывают на срочной доставке? Исследование Dostavista и Data Insight [Электронный ресурс] / Интернет-агентство A25. – Режим доступа: <https://a25.ru/news1/fastdelivery/>.
2. Случайный курьер: как заработать на краудсорсинговой доставке [Электронный ресурс] / РБК – Режим доступа: https://www.rbc.ru/own_business/22/04/2015/5534d7029a7947fb9982491c
3. Gett запустил срочную доставку пешими курьерами [Электронный ресурс] / Новостной портал «Роем». – Режим доступа: <https://roem.ru/14-11-2017/263364/gett-delivery-lite/>
4. Курьерская компания «Что? Где? Куда?» [Электронный ресурс]/ Экспресс доставка от интернет магазина Amazon. – Режим доступа: <http://www.chtogdekuda.ru/news/vygoda-dlya-internet-magazinov.html>.
5. Платформа для создания интернет-магазинов «Эквид» [Электронный ресурс] / Зачем интернет-магазину собственные курьеры (и как заработать на доставке). – Режим доступа: <https://www.ecwid.ru/blog/couriers-for-online-store.html>.
6. Информационная база PromoPult [Электронный ресурс]/ Тише едешь — дальше будешь, или кому нужна срочная доставка. – Режим доступа: <https://blog.promopult.ru/>

Миндзяк М.И., студентка
Молохова Я.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
marymindzyak2@gmail.com

ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА В ДНР

Актуальность. В современном мире интернет стал значимой частью жизни людей, различные социальные сети и сайты – площадкой для воплощения идей и мыслей. В сфере бизнеса они способствуют росту и развитию компании, а также уменьшают усилия по привлечению потенциальных клиентов и увеличению их реального числа. В современных условиях элементом маркетинговой стратегии многих компаний является продвижение товаров и услуг в интернете. Это абсолютно новая маркетинговая методика, которая имеет большой потенциал. Существует множество социальных сетей, в пределах которых существует возможность продвижения товаров и услуг, некоторые из них: Vkontakte, Youtube, Instagram, Facebook, Одноклассники. Каждый человек имеет возможность самостоятельно выбрать более удобную социальную сеть и подходящую для себя. Несмотря на изобилие социальных сетей и повышенную степень взаимодействия людей с ними, не все компании используют интернет-площадки для своего бизнеса.

Анализ последних исследований и публикаций. Социальные сети, как площадка для продвижения бизнеса, активно обсуждались такими учеными, как О.Н. Сорокин, А. С. Талагаева, С.С. Рыжов и др. В частности, анализом сети Instagram для продвижения и развития бизнеса занимались Т. Е. Лебедева, М. П. Прохорова [1]. Неудивительно, что социальные сети являются объектом обсуждения, ведь ежемесячно количество пользователей значительно возрастает, и площадка расширяет свои возможности для аудитории.

Цель исследования заключается в определении процесса продвижения страницы и оценке масштаба использования компаниями ДНР площадки Instagram в целях продвижения бизнеса.

Результаты исследования. Социальные сети действуют наподобие антистресса, где можно отвлечься, расслабиться, пообщаться с друзьями. Исследования в пределах Российской Федерации за 2017 год показали, что 79 % пользователей сети Интернет имеют страницу хотя бы в одной социальной сети, а 26 % являются очень активными интернет-пользователями [2].

Интернет-маркетинг построен на доверительных отношениях со своими потенциальными клиентами, которые, заходя на свои страницы в социальных сетях, преследуют только одну цель – отдохнуть и пообщаться с друзьями. Поэтому информацию о своем товаре необходимо представлять таким образом, чтобы она выглядела не как реклама, а как цепляющий, интересный, захватывающий пост, ненавязчиво включающий в себя достоверно правдивую информацию. Именно по этой причине социальные сети стали идеальным местом для продвижения бизнеса.

Для ведения бизнеса в Instagram необходимо завести аккаунт и создать такой ник, который будет прост для запоминания. Установка аватара (логотипа), по которому легко будет идентифицировать страницу, также очень важна. Обязательным есть и описание страницы: кратко, но точно отражая суть деятельности.

Далее необходимо сформировать целевую аудиторию, то есть привлечь тех людей, которым будет интересна тематика страницы. Для того, чтобы люди хотели

оставаться и просматривать страницу, нужна постоянная поддержка страницы в активном состоянии: создание интересных постов, размещение информации о деятельности компании, проведение конкурсов, общение с целевой аудиторией, проведение обзоров продукции или услуг, сравнение ее с другими товарами, отражение преимуществ приобретения какого-либо объекта. Если делать всё правильно, то подписчиков будет становиться больше, активность и продвижение будет возрастать.

С этого момента необходимо поддерживать обратную связь с подписчиками, чтобы понять, что именно хотели бы они видеть на странице, и гибко реагировать на их предпочтения. Так как Instagram площадка с преобладающей долей фотографий, нужно выкладывать такие фотографии, которые будут качественными, привлекательными и хорошо впишутся в профиль, не изменив общей стратегии деятельности и тематики. Важно научиться правильно создавать описание под каждым новым постом: небольшое количество эмоджи и хештегов, верная пунктуация и грамматика.

С каждым днем число подписчиков будет возрастать, и будут открываться возможности по предложению платной рекламы. Не стоит постоянно что-то рекламировать, это может негативно восприняться целевой аудиторией и внушительное число подписчиков может «уйти» со страницы. Редкое рекламирование чего-либо вполне допустимо, так не потеряется общий вид страницы, и профиль будет более интересным и эксклюзивным [3].

Нужно понимать, что придется вкладывать определенную долю своей прибыли, чтобы дальше раскручивать страницу, расширять аудиторию. Безусловно, расходы будут окуплены в результате роста продаж, числа подписчиков, заработке на рекламе. На ведении бизнес-страниц сегодня можно зарабатывать от 30 000 рублей.

Несмотря на то, что продвижение в Instagram может быть очень успешным при правильном ведении аккаунта, не все коммерческие организации ДНР обращаются к созданию профиля. Для того, чтобы наглядно продемонстрировать потенциальную способность Instagram развивать бизнес, ссылаясь на статистику использования Instagram в Российской Федерации, мы видим, что 50% пользователей Instagram подписаны на бизнес-профили, 60% пользователей Instagram говорят, что узнали о продукте или услуге на платформе, 75% пользователей Instagram совершают действия, вдохновившись постом: например, переходят на сайт, ищут, покупают или рассказывают другу. То есть это все-таки эффективная платформа при полном использовании ее возможностей [2].

В основном, аккаунты бизнес-страниц в Instagram заметны у относительно молодых людей от 18 до 40 лет. Данная тенденция указывает на то, что старшее поколение в ДНР не воспринимает серьезно Instagram, как место способное существенно повлиять на судьбу бизнеса.

Люди от 40 лет и старше, вероятнее всего, или еще не ознакомлены с данной социальной сетью, или же предпочитают размещать какую-либо информацию о своей деятельности в целях распространения на других сайтах и в иных социальных сетях. Многие также попросту не ознакомлены с онлайн-сферой и не используют возможности интернета.

Выводы. Таким образом, самостоятельное продвижение Instagram, независимо от выбранной стратегии и размера бюджета, определяющим фактором успеха коммерческого аккаунта является контент: использование только качественных фотографий и интересных, нешаблонных описаний. Нужно не просто выкладывать коммерческую информацию в социальную сеть, а заинтересовывать людей тематикой постов. Нельзя забывать об общении с подписчиками и не забывать про рекламу, тогда получится раскрутить аккаунт и зарабатывать с помощью него. Ситуация в ДНР с

использованием Instagram вполне нормальная, большая часть людей активно использует данную социальную сеть в целях продвижения бизнеса.

Список литературы:

1. Лебедева Т.Е. Потенциал социальной сети инстаграм в продвижении компании [Электронный ресурс] / Т.Е. Лебедева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – №7. – 2018. – С. 45-51. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/potentsial-sotsialnoy-seti-instagram-v-prodvizhenii-kompanii>
2. Баязитова, Т. И. Социальные сети как инструмент рекламной и PR-деятельности в Интернете [Электронный ресурс] / Т.И. Баязитова // Молодой ученый. – 2016. – №30. – С. 357-358. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/134/37665/>
3. Рыжов, С. С. Продвижение в социальных сетях как часть маркетинговой стратегии компании [Электронный ресурс] / С.С. Рыжов // Молодой ученый. – 2017. – №20. – С. 276-278. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/154/43439>

Плотникова Д.В., студентка
Ибрагимхалилова Т.В., кэ.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ ВУЗА

Актуальность работы состоит в том, что приоритеты на рынке образовательных услуг имеют тенденцию к изменению. Следовательно, возникает потребность в их глубоком изучении, и разработки новых направлений развития посредством когнитивного моделирования.

Проблемам качества образовательных услуг уделяли внимание в своих работах такие ученые как В.С. Лазарев, А.М. Моисеев, А.А. Орлов, М.М. Поташник, И.С. Березин, Е.В. Бурденко, однако, в силу изменчивости процессов, данная проблема является актуальной и до конца не решенной.

Цель исследования заключается в разработке модели совершенствования качества образовательных услуг.

Результаты исследования. Реформирование системы образования, направленное на формирование современной конкурентоспособной на рынке труда личности это одна из стратегических задач любого государства.

Выход образовательных услуг на новый уровень, при котором важно объединить цели, стоящие перед обществом, государством и личностью требуют детального изучения сущности, специфики, совершенствования качества и структуры образовательных услуг.

Ряд проведенных ранее исследований рынка образовательных услуг (РОУ) ДНР показал, что на сегодняшний день он является конкурентным, с высокой степенью концентрации. Студенты образовательных уровней «Магистр» и «Бакалавр» предъявляют разные требования к качеству получаемых образовательных услуг. Так для первых наиболее значимо является связь прослушанных дисциплин с будущей практической деятельностью, а для студентов ОУ «Бакалавр» - доступность для понимания использованных материалов для обучения и доступность изложения лекций.

Таким образом, в условиях неопределенности и постоянной изменчивости внутренней и внешней среды, стоит важнейшая задача разработки гибкой системы совершенствования качества образовательных услуг с учетом современных требований.

С этой целью нами предложено использовать метод когнитивного моделирования. Данный вид моделирования способствует быстрому получению первичных результатов, выявлению закономерностей в системе. В качестве основы для построения когнитивной модели предполагается использование нечетких когнитивных карт Силова [1, 2]. Таким образом, построенная модель позволит: выявить факторы, которые оказывают наибольшее влияние на систему, разработать рациональные стратегии поведения; повысить эффективность процессов в моделируемой системе; провести исследование структуры системы, получать прогнозы ее поведения в зависимости от изменения условий; проанализировать структуру управления системой; дать объективную оценку управленческих решений, выявить факторы, которые дестабилизируют систему, проанализировать качественные изменения.

Нами были выделено 37 факторов (концептов), которые могут оказывать влияние на качество образования в целом, и в дальнейшем составят основу новой системы.

К ним можно отнести следующие факторы: 1- международные; 2- европейские; 3- национальные; 4- сертификационные; 5- профессиональные; 6- корпоративные; 7- профессорско-преподавательский состав; 8- сотрудники; 9- абитуриенты; 10- обучающиеся; 11- образовательные программы; 12- образовательный процесс; 13- дополнительное образование; 14- внеучебная деятельность; 15- производственная и преддипломная практика; 16- содействие трудоустройства выпускников; 17- правовые требования; 18- юридические факторы, обеспечивающие безопасность жизнедеятельности; 19- приоритеты распределения доходов ВУЗа; 20- материально-техническая база; 21- научно-методическое обеспечение; 22- международная деятельность; 23- научная деятельность; 24- инновационная деятельность; 25- информационная деятельность; 26- издательская деятельность; 27- партнерская деятельность; 28- финансово-экономическая деятельность; 29- строительная деятельность; 30- маркетинговая деятельность; 31- маркетинг образовательных услуг; 32- энергообеспечение и энергоэффективность; 33- информационный ресурс; 34- мониторинг рынка образовательных услуг и труда; 35- оценка преподавателем качества знаний студентов; 36- самоконтроль качества знаний студентов; 37- анализ недостатков и их устранение.

Все выделенные концепты были распределены на несколько подгрупп: целевые, базовые, избыточные, внешние и внутренние.

Основной целью вуза является реализация образовательной программы (11), на РОУ, а также в обеспечение учащихся (10) качественными знаниями, умениями и навыками, которые позволят ему реализовать себя на рынке труда. Следовательно, целевыми факторами, и выходными данными когнитивной модели являются образовательная программа (11) и отдельный индивид (10). Цель управления заключается в обеспечении желательных изменений в целевых факторах. В данном случае положительные изменения образовательной программы (11) не приведут к отрицательным изменениям в целевом факторе (10), следовательно, обратной связи данные факторы не имеют, значит, цели заданы корректно.

Базовыми факторами являются такие, которые непосредственно относятся к обучению (7,8,12,14,15,18,20,21,33,35,36).

Избыточные факторы способны принести учащимся большую удовлетворенность от образовательного процесса. Тесно взаимодействуя между собой, они оказывают положительное влияние на базовые факторы, которые в свою очередь, влияют на качество целевых. Избыточные факторы были разделены на 6 подгрупп с целью

выявления пассивных, активных, основообеспечивающих факторов, факторов приоритетов, результатов и обновления.

В исходном множестве базисных факторов была выделена совокупность управляющих факторов – входных факторов когнитивной модели, посредством которых, осуществляется управление моделью. Это можно сделать выявив, какие факторы оказывают влияние на целевые (11) и (10).

Для целевого фактора (11) такими будут 1, 2, 3, 4, 5, 6, 17, 22, 23, 27, 37.

Для целевого фактора (10) управляющими факторами будут: 7, 8, 9, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 33, 35, 37.

Кроме того, важно отметить, что на качество образования значительное влияние оказывают внутренняя и внешняя среда. Факторы внешней среды были разделены на предсказуемые и непредсказуемые.

Факторы внутренней среды распределены на подгруппы: субъекты, образовательные факторы, факторы обеспечения, финансовые, факторы деятельности, факторы обновления.

Установление характера взаимосвязей и учитывая степень влияния, была предложена новая система управления качеством образования вуза в целом (рис.1)

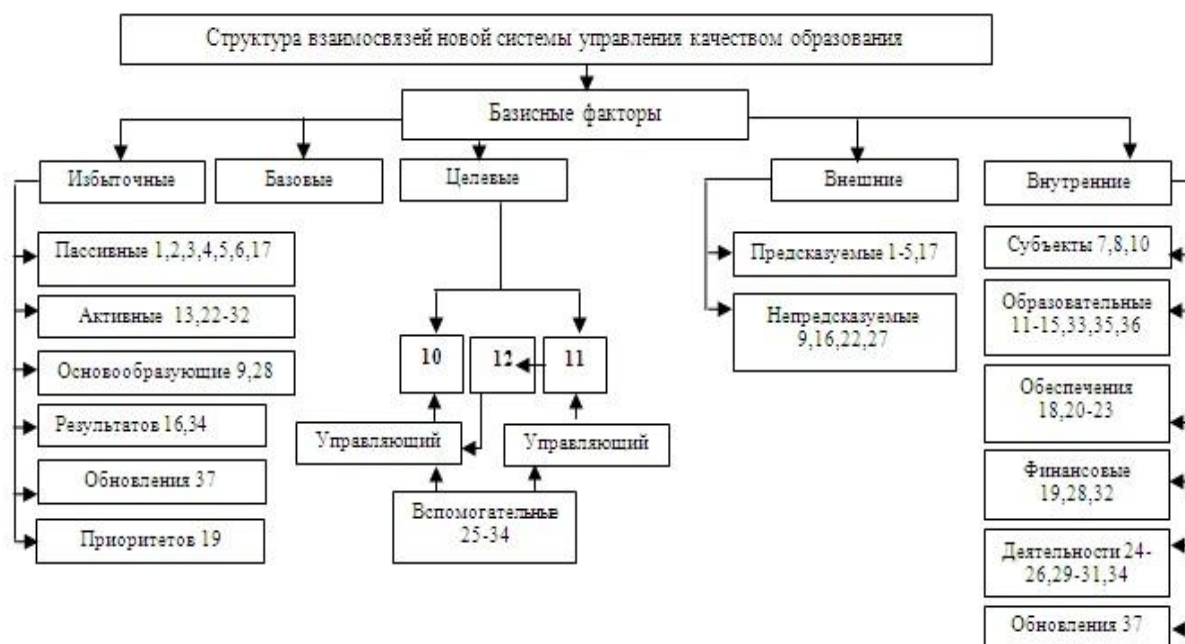


Рис.1. Новая система управления качеством образования вуза в целом

Анализ когнитивной карты показал, что самое большое количество входящих и исходящих связей имеют фактор 14 (внеучебная деятельность), 12 (образовательный процесс), 22 (международная деятельность), 11 (образовательная программа), 28 (финансово-экономическая деятельность), 23 (научная деятельность), 10 (обучающийся), 15 (производственная и преддипломная практика), 24 (инновационная деятельность), 27 (партнерская деятельность). Перечисленные факторы более активны в системе, а значит требуют большего к ним внимания. Они определяют приоритеты финансирования деятельности вуза. Не вошедшие в перечень факторы не менее важные, поскольку только в своей совокупности они могут обеспечить поставленную цель.

Таким образом, предложенная система управления качеством образования ВУЗа в целом, позволит учитывать множество факторов, влияющих на качество

образовательных услуг, следовательно, окажет комплексное влияние на совершенствование образовательного процесса.

Список литературы:

1. Борисов, В.В. Нечеткие модели и сети / В.В. Борисов, В.В. Круглов, А.С. Федулов. – М.: Горячая линия Телеком, 2007. – 284 с.
2. Силов, В.Б. Принятие стратегических решений в нечеткой обстановке / В.Б. Силов. – М.: ИНПРО-РЕС, 1995. – 228 с.
3. Сироткин, Г.В. Когнитивная модель новой системы управления качеством образования вуза в целом / Г.В. Сироткин // Технические науки - от теории к практике: сб. ст. по матер. XXIX междунар. науч.-практ. конф. № 12(25). – Новосибирск: СибАК, 2013.

Герасименко Р.С., студент

Садекова А.М., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

aliya2255@gmail.com

КОНКУРЕНЦИЯ: СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Постановка проблемы. На сегодня проблематика сбыта продукции на рынки потребления все чаще становится сферой поисков новых возможностей, тенденций развития предприятия. И все это происходит в условиях острой конкурентной борьбы между субъектами хозяйствования с целью обеспечения эффективной деятельности и стабильного положения предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам конкуренции и конкурентоспособности предприятий посвящены работы как отечественных, так и зарубежных авторов: Абалонина С.М., Беляевского И.К., Буслаева А.П., Воркут И.А., Гордон М.П., Ивапилова А.О., Завьялова П.С., Карнаухов С.Б., Канарчука В.Е., Клименко Р.Ю., Клосс Д., Кальченко А.Г., Колодизева Т.О., Котлер Ф., Молота С.П., Ламбер Д., Лудченко А.А., Луйка И.О., Михно М.В., Мендрула А. М., Муромкиной И.И., Николайчука В.Е., Окландера М.Р., Поттера М., Танькова К.М., Тридида О.М., Тарянина Е.О., Уотерса Д., Фатхутдинов Р.А., Шапиро Р Шерман Дж., Юданова А. Ю. и др.

Несмотря на многообразие специальной литературы по вопросам конкуренции и классификации рынков, а также методов формирования конкурентных преимуществ участников рынка, по-прежнему существует множество различных мнений по поводу определения «конкуренция» и характеристики участников рынка как конкурентов. Не изучены в полном объеме подходы к интеграции маркетинговых и логистических процессов для повышения конкурентоспособности предприятия.

Постановка задачи. Цель данного исследования – изучить понятие «конкуренция». Изучить виды конкурентных отношений и определить условия, при которых формируется основа для ее существования на потребительском рынке. А также исследовать конкретные примеры потенциальных проблем, возникающих при отсутствии интеграции маркетинга и логистики для повышения конкурентоспособности предприятия

Изложение основного материала. Конкуренция от латинского "сопсерт" – «бежать к цели» - это соперничество между людьми в достижении цели.

Фатхутдинов Р. А. определяет конкуренцию, как состязательность, соперничество, напряженную борьбу юридических и физических лиц за покупателя, за свое выживание в условиях действия жесткого закона конкуренции как объективного процесса, вымывание некачественных товаров и услуг [9].

Согласно Юданову А.Ю., конкуренция – это борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, которая ведется фирмами на достигнутых ими сегментах рынка [10].

Исследуя понятие «конкуренция» в целом, необходимо уделить внимание конкуренции в условиях функционирования рынка. Рыночной конкуренцией называется борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущая фирмами на достигнутых им сегментах рынка.

Это определение включает ряд важных моментов:

1) что понимается под понятием «рыночная конкуренция», то есть непосредственное взаимодействие фирм на рынке. Это определение касается того противоборства, которое ведут фирмы, продвигая на рынок свои товары и услуги;

2) конкуренция – фирмы боятся за ограниченный объем платежеспособного спроса. Именно ограниченность спроса заставляет враждовать друг с другом;

3) рыночная конкуренция развивается только в тех сегментах рынка, которые уже завоеваны. И чтобы облегчить давление конкурентного пресса, фирмы стараются захватить те сегменты, которые уже заняты другими.

Таким образом, **конкуренция** – это состязание, соперничество, напряженная борьба юридических или физических лиц за покупателя, за выживание предприятия в условиях действия закона о конкуренции, как объективного процесса "вымывания" некачественных товаров и услуг в рамках антимонопольного законодательства, соблюдения закона «О защите прав потребителей».

Несмотря на то, что и цель ориентирует развитие рынка с момента его появления, первые наиболее целостные теоретические положения о движущих силах конкурентной борьбы появились только в середине XVIII ст. Основные идеи были заложены именно классической политической экономией. Она рассматривала конкуренцию, как что-то само собой естественное, что проникает во все области экономики и ограничиваются только субъективными причинами. Основное внимание в работах классической школы отводилось ценовой конкуренции. Проблемы монополизации хозяйственной деятельности, конкуренция на потребительских рынках привлекает и сегодня внимание не только специалистов, но и широкий круг общественности [1].

Значение конкуренции для сущностного формирования и функционирования рыночной экономики невозможно оценить. Конкуренция стала неотъемлемым элементом рыночной среды и важным условием развития предпринимательской деятельности.

В рыночных условиях роль конкуренции в экономической жизни общества значительно увеличивается. При этом поддержка конкурентной среды является важной задачей общественного регулирования экономики. Все это содействует выделению конкуренции в важный фактор маркетинговой среды фирмы, потребность в исследовании и анализе которой объясняется его существенным влиянием на хозяйственную деятельность каждой компании, которая функционирует на рынке. В связи с этим проведение исследований конкуренции является необходимой задачей служб логистики фирм.

В экономической литературе существует множество определений конкурентов. Конкуренты являются важной составляющей частью маркетинговых исследований, без изучения которой невозможна разработка успешной стратегии и тактики

функционирования фирмы на рынке [5].

Конкурирующими фирмами называют фирмы, которые имеют полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу. Под фундаментальной рыночной нишей понимают совокупность сегментов рынка, для которых подходит товар или услуга, которые производятся данной фирмой [7].

Наличие конкурирующих фирм и является стимулом для возникновения конкуренции. С экономической точки зрения, конкуренция – экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи борьбы продуцентов и поставщиков при реализации продукции, соперничество между отдельными производителями или поставщиками товара или услуг за наиболее выгодные условия производства.

Таким образом, конкуренция в общем смысле может быть определена, как соперничество между отдельными личностями и хозяйствующими единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели. Если эту цель конкретизировать с точки зрения концепции маркетинга, то рыночной конкуренцией называют борьбу фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, которая ведется фирмами на доступных им сегментах рынка. С точки зрения логистики, важными в этом определении являются следующие аспекты.

В экономической литературе принято деление конкуренции по видам: на ценовую (конкуренция на основе цены) и неценовую (конкуренция на основе качества потребительской стоимости товара или услуг).

В современном мире ценовая конкуренция потеряла значение в пользу неценовых методов конкурентной борьбы. В целом, конкуренция в открытой форме приводит к снижению прибыли, ухудшению финансового состояния фирм и, как следствие, к банкротству. Поэтому фирмы избегают ведения ценовой конкуренции в открытой форме [4].

Неценовая конкуренция выдвигает на первый план высшую, чем у конкурентов, потребительскую стоимость товара (фирмы выпускают товар более высокого качества, надежный, обеспечивают низкую цену потребления, более современный дизайн) [4].

К неценовым методам конкуренции относят все инструменты управления фирмой можно выделить следующие основные направления конкурентной деятельности фирмы:

- конкуренция в области определения позиций на сырьевых рынках с целью обеспечения производства необходимыми материальными ресурсами, высококвалифицированными специалистами, современной техникой и технологией с целью обеспечения более высокой, чем у конкурентов, эффективностью работы;

- конкуренция в сфере сбыта товаров или услуг на рынке;

- конкуренция между покупателями на сбытовых рынках.

В условиях, когда имеет место насыщение рынка, конкуренция покупателей уступает местом конкуренции продавцов. В связи с этим среди этих трех направлений конкурентной деятельности фирмы самый большой интерес, с точки зрения маркетинга, представляет собой конкуренция продавцов в сфере сбыта товаров и услуг на рынке. Два других направления являются конкуренцией покупателей.

В целом, конкуренцию в маркетинге принято рассматривать в отношении к потребителю, поэтому разные конкурентные отношения отвечают определенным этапам потребительского выбора [5].

Согласно этапам принятия потребителем решения о покупке можно выделить следующие виды конкуренций: желание-конкуренты; функциональная конкуренция; межфирменная конкуренция; межтоварная конкуренция.

В экономической литературе существует также понятие эффективной

конкуренции. Как известно, монополия, которая не регулируется, менее привлекательна, чем другая форма конкуренции. Поэтому цели антимонопольной деятельности в странах с рыночной экономикой преследуют не столько борьбу с монополиями, сколько поддержку эффективной конкуренции для стимулирования экономической эффективности [6].

Выводы. Конкуренция в рыночной экономике выполняет ряд важных функций, без которых формирование развитого, цивилизованного рынка существенным образом затруднено. К ним относятся: определение рыночной стоимости товара в процессе конкурентной борьбы; стимулирование внедрения достижения научно-технического прогресса в производство как инструмент экономической выживаемости предприятий и получение других преимуществ перед конкурентами; отбор в процессе конкуренции наиболее эффективных форм собственности и хозяйствования, влияние на формирование эффективных конкурентных структур рынка.

Список литературы:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т Амблер; пер. с англ. / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2013. – 400 с.
2. Ермолов, М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара/ М.О. Ермолов. – М.: Мысль, 1999. – 239 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг Менеджмент./ Ф. Котлер; пер. с англ. под ред. А.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 752с.
4. Крикавский, Е. В. Интеграция маркетинга и логистики в системе менеджмента / Е. В. Крикавский // Вестник Государственного университета «Львовская политехника». – 2000. – № 416. – С. 52-62.
5. О’Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О’Шонесси; пер. с англ. М.М.: Альпина. – Бизнес Букс, 2005. – 275 с.
6. Овчар, А. И. Концептуализация современных взглядов на понятие логистики / А. И. Овчар // Галицкий экономический вестник. – 2008. – № 2 (17). – С. 106-111.
7. Портер, Е. Майкл. Конкуренция / Майкл Е. Портер. – М.: ИД «Вильямс», 2000. 480 с.
8. Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
9. Фатхудинов, Р. А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие/ Р.А. Фатхудинов. – М.: Бизнес-школа Интел-Синтез, 2009. – 304 с.
10. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: Изд-во «Акалис», 1996. – 272 с.

Силаков И.К., студент

Петенко И.В., д.э.н., профессор

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОПУЛЯРНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Проведенное исследование посвящено изучению Интернет-маркетингу и популярности Интернет-магазинов среди молодежи.

Интернет-маркетинг – это комплекс философии, стратегии и инструментария ин- формационной маркетинговой деятельности и взаимодействия в компьютерных

сетях, позволяющий исследовать рынок, адекватно структурировать информационную среду, продвигать, продавать и покупать товары, идеи и услуги.

Актуальность рассматриваемой темы – в связи с развитием Интернет-технологий и возросшей доступностью Интернета для большего количества людей возрастает возможность для предпринимателей осуществлять торговлю через Интернет-магазины, а покупателям – более выгодно совершать покупки.

Маркетинговое исследование популярности Интернет-магазинов проводилось среди молодежной аудитории в возрасте от 15 до 22 лет, как на территории г. Мурманска, так и за его пределами. В качестве метода исследования был выбран стандартизированный опрос (письменный и электронный), инструментом сбора информации – анкета.

Безусловными плюсами пользования услугами Интернет-магазинов для потребителей являются:

1. Выгода в цене.
2. Широкий ассортимент.
3. Мгновенная покупка – экономия времени и нервов, не стоя в очередях.
4. Интернет-магазин можно посещать в любое время суток.
5. Отсутствуют импульсивные покупки, так как есть возможность смотреть и выбирать товар столько времени, сколько пожелаете.
6. Доставка товара в любое место, указанное при заказе.
7. Возможность заказа товара из любой точки мира (оригинальные вещи от производителей, гарантия качества и подлинности бренда).

Интернет-магазин – это совокупность программ, работающих на Web-сайте, которые позволяют покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить его заказ. Функции витрины и торгового зала выполняют "страницы" с иллюстрированным каталогом товаров, а консультантов – подсказки, инструкции и описания. Все остальное – как в обычном магазине.

Для поддержания функционирования сайта достаточно специалиста, который будет следить за базой данных магазина, обновлять, корректировать и добавлять новые продукты, изменяя так же внешний вид представления продукции. Логисты должны обеспечить оптимальный способ хранения товаров на складе, своевременное пополнение запасов и т. д. При желании и необходимости можно нанять человека, который будет отслеживать различные расширенные функции, предлагаемые магазином – бонус-программа постоянным покупателям, рассылка постоянным клиентам, учет желаемых товаров, которых пока нет на складе и многое другое.

Наряду с сокращением количества нанимаемых работников можно выделить следующие плюсы Интернет-магазинов для предпринимателей:

1. Территориальное расширение целевой аудитории.
2. Более легкая организация торговли, чем в настоящем магазине – не требуются специальные разрешения и лицензии.
3. Возможность напрямую отслеживать оценки товаров потребителями.
4. Отсутствие рисков кражи или порчи товаров покупателями.

Результаты исследования. Гипотеза № 1 подтвердилась частично – молодые люди пользуются услугами Интернет-магазинов чаще – 71 % от опрошенных юношей и 56 % девушек. Но только 2 % опрошенных юношей отметили как одну из главных причин предпочтения Интернет-магазинов то, что они не любят ходить по магазинам.

Гипотеза № 2 подтвердилась – многие боятся пользоваться услугами Интернет-магазинов – 44 % девушек, почти половина опрошенных и 29 % юношей.

Гипотеза № 3 подтвердилась частично – одежда является наиболее популярным товаром, который заказывают как девушки, так и юноши, комплектующие не являются

популярным товаром. Техника и обувь – те товары, которые наименее популярны среди пользователей Интернет-магазинов.

Гипотеза № 4 подтвердилась – именно по причинам выгоды в цене, широком ассортименте товаров и отсутствие товаров в магазинах города большинство предпочитает Интернет-магазины.

Гипотеза № 5 подтвердилась – большая вероятность некачественного товара, риск, что не подойдет размер и отсутствие возможности примерить и протестировать товар – главные причины, которые останавливают потенциальных пользователей услугами Интернет-магазинов.

Проведенное исследование позволяет констатировать, что Интернет-магазины пользуются популярностью среди молодежи. Это обуславливается возможностью заказа тех товаров, которых нет в магазинах города, экономией времени, а более широкий ассортимент позволяет сделать лучший для себя выбор. Но высокий процент тех, кто никогда не делал заказ по Интернету свидетельствует о том, что владельцам Интернет-магазинов необходимо совершенствовать продвижение своих товаров и услуг. Можно дать следующие рекомендации для повышения популярности и доверия к Интернет-магазинам:

1. Расширение функций и возможности Интернет-магазина – стремление увеличивать выбор способов оплаты, доставки.

2. Предоставлять новые возможности для удобства своих клиентов – отслеживание заказа, корзина желаний, уведомление о поступлении интересующего товара по смс, электронной почте.

3. Активное использование рекламы, рассылок потенциальным покупателям по электронной почте, различные предложения и бонусы «пригласи друга».

4. Постоянно отслеживание отзывов покупателей, учет претензий и пожеланий.

5. Проводить электронные опросы, маркетинговые исследования – на самом сайте Интернет-магазина, рассылка почтой.

Практическая значимость исследования. Результаты и рекомендации данного исследования можно использовать в практической деятельности организаторов Интернет-магазинов.

Список литературы:

1. Дихтиль, Е., Хершкен Х. Практический маркетинг: учеб. пособие / под ред. И. С. Минко. – М.: ИНФРА, 2001. – 294 с.
2. Кожекин, Г. Я. Маркетинг / Г. Я. Кожекин. – Мн.: НПЖ «Плюс-минус», 2000. – 365 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 2001 – 690 с.
4. Панкрухин, А. П. Маркетинг / А. П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2006. – 656 с.
5. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг / И. В. Успенский. – СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.

Рамирес-Сташко Т., студентка
Ибрагимхалилова Т.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
tatiana.ramires@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Актуальность. Переговоры – это важнейшая составляющая деловых отношений в обществе. Главная задача, которых заключается в преодолении различий между партнерами и достижении согласия, которое послужит основой для будущего взаимовыгодного сотрудничества. Умение правильно вести деловые переговоры — это целое искусство. Каждый специалист знает, что успешно проведенные переговоры – 80% успеха. А успех чаще всего зависит от участника, который лучше подготовится к этому процессу. В связи с этим существует множество работ, исследований и теорий, связанных с проблемой техники ведения переговоров.

Анализ последних исследований. Проблемой исследования техник ведения переговоров занимались такие зарубежные исследователи, как Р. Аксельрод, С. Даймонд, К. Джим, Г. Кеннеди, Д. Кэмп, В. Мастенбрук, Ч. Осгудо, Г. Райффа, С. Сиджел, Р. Фишер, Л. Фурекер, У. Юри и другие. Из отечественных специалистов изучению этой проблемы посвятили свои труды В.М. Баранов, В.В. Дружинин, Д.С. Конторов, М.Д. Конторов, Ю.П. Платонов, Г.А. Розов, Т.В. Худойкина, А.Н. Чумиков, М.Г. Ятманова и т.д

Цель исследования. Изучить и проанализировать этапы ведения переговоров, их фазы, а также рассмотреть техники переговоров и особенности их применения для достижения желаемого результата переговоров.

Результаты исследования. В настоящее время, в зависимости от подходов, разработано множество разных техник ведения переговоров, кроме этого, существуют и различные определения этого понятия. Так, Роджер Фишер и Уилльям Юри в своей работе «Путь к согласию, или переговоры без поражения» раскрывают термин «переговоры», как процесс урегулирования отношений между противоположными сторонами через обмен более важным и более значимым для каждой из сторон, так как для преобразования соглашения в жизнь, непременно должно быть соглашение между двумя участвующими сторонами [1]. А создатель обучающей системы переговоров Джим Кэмп в своей книге «Сначала скажите НЕТ» определяет переговоры как договоренность между двумя или большим количеством сторон, где каждая из сторон имеет право вето (право сказать нет) [2].

Из определений следует, что переговоры являются важнейшим инструментом для налаживания деловых отношений, а также разрешения конфликтных ситуаций. Ведение переговоров это сложный процесс, главная задача которого состоит в том, чтобы не упустить возможность и использовать стремление сторон прийти к консенсусу.

Следует отметить, что участники и организаторы переговоров должны поставить четкую цель, к которой они должны прийти по завершению этого процесса.

Среди основных целей, которые могут достигаться в ходе переговорного процесса могут быть:

- установление деловых отношений;
- выяснение позиций сторон по одному или нескольким вопросам;
- обмен информацией;
- урегулирование отношений;
- углубление взаимопонимания;

достижение новых соглашений;
подписание соглашений.

Правильно поставленная цель – это половина результата, который может быть получен при выборе верной стратегии переговоров.

Большинство исследователей выделяют три основных этапа ведения переговоров: подготовка к переговорам, процесс переговоров и достижение согласия. Для того чтобы иметь преимущество во время проведения переговоров, до самих переговоров следует обладать информацией о фирме или организации, а также узнать о положении и компетентности представителей на переговорах. Следует заранее продумать возможные не удачные исходы событий, а также пути решения к ним, ведь в самом процессе переговоров времени на это может и не быть.

В самом процессе переговоров выделяют следующие фазы: начало переговоров, передача информации, аргументация, опровержение аргументов партнера и принятие решения. В начале переговоров необходимо вызвать интерес у оппонента, создать благоприятную обстановку. Затем в процессе передачи информации происходит обмен пожеланиями, выявление мотивов партнера, обмен подготовленной информацией. На фазе аргументации каждый из участников формирует мнение, а также определяет позицию по общей проблеме. На данном этапе можно решить несостыковки, которые возникли во время обсуждения.

На фазе опровержения аргументов партнера важнейшими задачами являются: озвучивание несогласий, связанных с каким-либо элементом в доводах партнера, нейтрализация замечаний, оспаривание возражений. На завершающей фазе происходит принятие общих конечных решений [3].

В целом, Р. Фишер и С. Браун выделяют шесть элементов, способствующих созданию благоприятных условий для процесса ведения переговоров и принятия общих конечных решений, удовлетворяющих всех участников переговорного процесса: рациональность, понимание, общение, достоверность, отсутствие поучительного тона, а также способность к восприятию чужого мнения. Если участники испытывают какую-либо неприязнь друг к другу, то прийти к соглашению им будет практически невозможно [4].

Среди множества существующих техник, которые помогают успешно проводить переговоры, выделим следующие:

1. Техника «Поступь ТИГРА», автором которой является К. Смирнов, двукратный чемпион России по переговорам, который предлагает три простых шага:

Шаг 1. Заряд энергии. Автор утверждает, что эмоции – мощнейший инструмент управления собеседником, поэтому оппоненту следует дать такие эмоции и энергию, которые вы бы хотели получить в ответ.

Шаг 2. Шанс только один. Данный этап предполагает тщательное изучение своего собеседника, как до самих переговоров, так и во время самого процесса переговоров, путем постановки открытых вопросов. Это поможет выявить проблему собеседника и приступить к завершающему шагу.

Шаг 3. Утоление животрепещущего интереса (проблемы) собеседника. Нужно сделать вашему оппоненту предложение, которое может помочь решить его проблему. Это лучше всего сделать при помощи вопроса-предложения, чтобы удостовериться в заинтересованности собеседника вашим предложением [5].

2. Техника «Маленькие ходы». Суть данной техники заключается в том, чтобы постепенно подготовить оппонента к главной идее, не выдавая всей сути переговоров сразу. Следует наблюдать и отлеживать реакцию и поведение собеседника на сказанное вами. Если реакция оппонента не та, которая ожидалась, то следует менять ход беседы и снова вести наблюдение.

3. Техника «Внутренний наблюдатель». Речь идет о том, что во время переговоров следует наблюдать за тем, какую технику использует оппонент. Это поможет выбрать для себя более эффективную технику и не увести переговоры в деструктивную сторону.

4. Техника «Пустой шкаф». Данную технику можно использовать, когда необходимо сбить цену товара вашего оппонента. Когда собеседник озвучивает свою цену, то следует сказать, что таких денег у вас нет, и назвать цену немного ниже, которая подошла бы вам и на которую согласиться оппонент. Также не следует идти на поводу у продавца, когда он пытается снизить цену постепенно, нужно следовать четко поставленной цели.

5. Техника «Если» вместо «нет». Во время переговоров может возникнуть ситуация, когда вы будете не до конца согласны с предложением оппонента. Тогда вместо того, чтобы постоянно говорить «нет», на предложение оппонента следует сделать ответное предложение, используя фразу «Если».

Для конструктивного проведения переговоров, контроля складывающейся ситуации, для более эффективного убеждения своего партнера следует использовать техники ведения переговоров, наиболее подходящие к каждой конкретной ситуации, так как одни техники, в определенных случаях, могут быть очень эффективными, а другие абсолютно бесполезными и, наоборот.

Выводы. Исходя из всего сказанного выше, можно сделать вывод, что деловые переговоры это сложный, многоступенчатый процесс, и его организаторам и участникам необходимо четко определить цель переговоров, а также, знать и понимать особенность каждого этапа переговоров, иметь информацию, как и об оппоненте, так и о предмете переговоров, и изучать и применять различные техники ведения переговоров, которые помогут провести их с большей эффективностью и достичь желаемых результатов.

Список литературы:

1. Фишер, Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Р.Фишер, У. Юри; пер. с англ. А. Гореловой; предисл. В. А. Кременюка. – М.: Наука, 1992. – 158 с.
2. Кэмп, Д. Сначала скажите «нет»: секреты профессиональных переговорщиков / Д. Кэмп. – М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2003. – 272 с.
3. Шеретов, С.Г. Ведение переговоров: учебное пособие / С.Г. Шеретов. – Алматы: Издательство «Юрист», 2008. – 92 с.
4. Платонов, Ю. П. Психология конфликтного поведения: научное издание / Ю. П. Платонов. – СПб.: Речь, 2009. – 544 с.
5. Сайт Константин Смирнов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kvsmirnov.ru/> (дата обращения 05.04.2019).

Стукало К.Р., студент
Беспятая М.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
chamakh84@mail.ru

ТАЙМ-МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Эффективность маркетинга как системы управления экономическими ресурсами сегодня полностью зависит от времени. Традиционные

маркетинговые инструменты: товарная политика, ценообразование, продвижение и продажи – руководствуются единством следующих потребительских приоритетов: здоровье, благополучие и хорошее настроение. Именно с этой позиции разрабатываются предложения, выстраиваются рекламные кампании и организуется система сбыта. В конечном итоге, среди истинных ценностей, которые незаслуженно остались забыты, пожалуй, самый дорогой (из-за его невосполнимости) ресурс, с которым нам всем приходится иметь дело - время.

Тайм-менеджмент, как теория и практика управления временем, позволяет оптимизировать его путём тщательного анализа, чёткой постановки целей, установления приоритетов, организации труда и прочего.

Вопрос вполне естественный: почему же, старательно используя методы управления временем, мы полностью забываем, что у наших клиентов возникают те же проблемы? Компании, которые сознательно или нет используют идею управления временем своих клиентов, имеют убедительные преимущества перед конкурентами.

Причина проста – покупатели всё чаще выбирают тех продавцов, которые позволяют им сделать своё время более эффективным. Конкуренция смещается в новую сферу. Успешный маркетинг сегодня - это тайм-маркетинг.

Целью исследования является определение направлений использования тайм-маркетинга и степени влияния на эффективность функционирования организации.

Результаты исследования. Тайм-маркетинг – методика управления временем клиента с целью повышения эффективности продвижения и продаж товаров и услуг; технология, которая предназначена для решения извечной проблемы нехватки времени.

Взаимопонимание людей - исконная ценность. Наше видение и понимание других формируется различными механизмами и закреплено в ряде незаменимых ресурсов, одним из которых является время. Время отражает индивидуальные и коллективные системы ценностей, концепция тайм-маркетинга проявляется в использовании его ресурсов. Исследуйте свое рабочее время, изучая рынки и потребности клиентов. Используйте время с максимальной эффективностью благодаря тайм-маркетингу.

Ведущие понятиями тайм-маркетинга являются события, «качество времени» (польза/выгода и удовольствие). Основные методы тайм-маркетинга: позиционирование предложения во времени, готовые события, «горячая линия», «пространство-время», информационные узлы, события-заполнения, концентрация, дополнения, многофункциональность, «конструктор», отложенное благо, самообслуживание.

Тайм-менеджмент – теория и практика управления временем. Технология тайм-менеджмента позволяет достигать поставленных целей с максимальной эффективностью и минимальными потерями. Короткие интервалы и сокращенные крайние сроки (deadlines) делают Вас более быстрым [1]. Компании, которые сознательно используют стратегию управления временем своих клиентов, имеют еще одно неоспоримое конкурентное преимущество.

Чем отличается тайм-менеджмент от тайм-маркетинга? Управление временем - это заимствование или выработка собственных решений, чтобы более рационально планировать свой рабочий день, экономить личное время и время окружающих. Клиенты и заказчики компании - те, кто получает прибыль или находятся на стадии оценки и принятия решения о сотрудничестве, также имеют одинаковые цели – грамотно распоряжаться часами и минутами. Поэтому задача продавца: помочь покупателю реализовать его собственный тайм-менеджмент. Если задача успешно выполнена и клиент решил, что его ценный жизненный ресурс расходуется рационально, он решается на покупку, приносит доход компании и превращается в лояльного покупателя.

Маркетинг-микс давно перестал ограничиваться только инструментами 4p (product, price, place, promotion). Но дополняя эту концепцию категориями people, process and physical evidence, часто забывают время – period (4p + p (period – время). Тенденции развития рынка привели к тому, что специалисты по работе с клиентами имеют целью не столько продажу товара или услуги, сколько эффективную «покупку» времени клиента. И, таким образом, можно полагать, что тайм-маркетинг – это управление временем клиента с целью повышения ценности предложения. Тот, кто хочет качественно управлять временем своих клиентов, прежде всего, должен уметь распоряжаться своим временем, избавляясь от всяких нежелательных «тайм-поглотителей». Время – деньги, с этим сталкивается практически каждый человек каждый день. Поэтому не стоит откладывать все до последней минуты, пытаясь понять, с чего и как начать.

Большинство потребителей хочет получить за минимально короткий период времени максимально высокий результат, при этом всегда чувствовать положительный приток эмоций. Это говорит о том, что тайм-маркетинг не может иметь только рациональную либо только эмоциональную направленность. Создавая уникальную комбинацию из этих двух компонентов, потенциальные клиенты переходят в категорию реальных. Цель тайм-маркетинга – получить в свое распоряжение время клиента, отвоевав его у конкурентов, и сделать его максимально эффективным для клиента [2]. Для реализации этой цели существуют определенные маркетинговые решения и приемы. Маркетинговые решения, связанные со временем, ограничены временем суток, днями недели, временем года, сезонностью и ее продолжительностью. Маркетинговые приемы включают в себя ряд таких инструментов, как готовые мероприятия, позиционирование предложения во времени, «горячая линия», взаимодействие пространства и времени, информационные узлы, кросс-промо, события-заполнения, дополнения, многофункциональность предложения, самообслуживание, «конструктор».

Концепцию тайм-маркетинга ввел в обращение Андрей Малыгин. На примере организации и продвижения спортивных мероприятий автор демонстрирует, что в бизнесе этот подход также является рациональным, стоит только относиться к покупателям и покупателям так же, как к болельщикам и телезрителям спортивных матчей.

Основная задача тайм-маркетинга – сделать так, чтобы, имея дело с компанией, клиент считал: «я отлично провёл время», «я покупаю у этого продавца, потому что это экономит мое время», «сотрудники данной компании ценят мое время».

В результате, временной ресурс в маркетинге превратился в такой же инструмент продвижения и сбыта, как товар и бренд.

Для реализации принципов тайм-маркетинга, компании предпринимают следующие шаги:

1. График рабочего времени. Он должен быть составлен на основе жизненных привычек или рабочего времени существующих клиентов. Для этих целей стоит провести геомаркетинговое исследование, чтобы иметь представление о том, в какое время суток, день недели, сезон следует ожидать максимальной активности потребителей.

2. Сроки проведения маркетинговых кампаний. Автор концепции Андрей Малыгин подробно объяснил, как важно проводить спортивные мероприятия в то время, когда зрители проявляют к ним максимальный интерес, не забывая об интересах спонсоров и других факторах. Точно так же в бизнесе любая деятельность: запуск кампании с медийной рекламой, показ контекстных объявлений, проведение промо-

акций или «холодных звонков», должны быть рассчитаны на то, чтобы определить, готова ли аудитория воспринимать конкретную информацию.

3. Организация процесса обслуживания. Для более быстрых коммуникаций клиента с компанией и более удобных покупок применяются следующие подходы:

- самообслуживание. Необходимо дать клиенту возможность самостоятельно решить свою проблему, но для того, чтобы он знал, что в любой момент может обратиться за помощью к консультанту;
- «горячая линия», онлайн-чат, корпоративный сайт. Необходимо дать клиенту возможность максимально удовлетворить свои интересы дистанционно, без очной встречи с нужным человеком;
- пакетные предложения;
- концентрация выгод в одном месте;
- многофункциональность продукта [3].

Ярким примером использования тайм-маркетинга служит американская корпорация, ресторан быстрого питания McDonald's. Рассмотрим три пути реализации технологий тайм-маркетинга в McDonald's. Первой и наиболее работающей является возможность сделать заказ, стоя в очереди. Есть сотрудник, находящийся в зале и принимающий заказы на специальный аппарат, затем посетителю предоставляется номер заказа, который пробивает кассир. Таким образом, сокращается время обслуживания и время ожидания заказа. Второй путь реализации этой технологии - МакДрайв. Преимущество налицо: посетителю не нужно тратить время, чтобы найти место на парковке, стоять в очереди в ресторане, а стоит лишь подъехать к специальному окну и сделать заказ. И третьим инструментом можно выделить рекламу на билбордах. Корпорация тратит средства, чтобы потребитель знал о новых продуктах компании, изучал их, например, во время ожидания транспорта на остановочных пунктах. Таким образом, приходя в ресторан, посетитель просто заказывает новинку, не тратя время на ознакомление.

Ещё одним примером использования тайм-маркетинга можно назвать Публичное акционерное общество «Сбербанк». Сохранение времени клиентов реализуется посредством онлайн и телефонной консультации, системы дистанционного обслуживания клиентов. Банковские карточки – современный, удобный и быстрый способ совершать операции без посещения отделения банка. Они подходят для оплаты покупок в магазинах, торговых центрах, кафе, ресторанах, гостиницах и т. д. не только на территории Российской Федерации, но и во всём мире (клиенту нет необходимости заводить дополнительную карточку при выезде за границу). Это свидетельство интегрированности банка в мировое сообщество.

Вывод. В работе обосновано, что тайм-маркетинг существенно влияет на эффективность функционирования организации.

Список литературы:

1. Манн, И. Маркетинг на 100 % / И. Манн. – СПб.: Питер, 2015. – 320 с.
2. Малыгин, А.В. Тайм-маркетинг: в центре внимания – время клиента / А.В. Малыгин. – М.: Менеджмент в индустрии спорта, 2013. – 157 с.
3. Тайм-маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Тайм-маркетинг> (дата обращения 20.04.2019).

Хамядгалеева В.И., студентка
Калиниченко М.П., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
lukinovavera@mail.ru

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Постановка проблемы. Развитие информатизации общества, его динамические изменения влияют на развитие теории и практики маркетинга. Сейчас не существует четкой систематизации методов формирования маркетинговой стратегии. Поскольку в условиях информатизации общества с особой актуальностью стоит вопрос использования экономико-математических и статистических методов, то возникает необходимость совершенствования классификации методов и моделей, используемых при формировании маркетинговой стратегии.

Анализ последних исследований и публикаций. Подходы к формированию и разработке маркетинговой стратегии отражены в работах многих зарубежных и отечественных ученых: И. Ансоффа [6], Г. Рассела [1], Х. Хершгена [1], Ф. Котлера [2], М.Мак-Дональда [2], П. Дойля [2], М. Портера [1], А.Ф. Павленко [3], И.Л. Решетниковой [6], Л.В. Балабановой [3] и др. Большинство ученых в своих трудах используют традиционный (матричный) методологический аппарат по формированию маркетинговой стратегии.

Целью статьи является систематизация и совершенствование классификации методов и моделей, используемых при формировании маркетинговой стратегии предприятия.

Изложение основного материала исследования. Для реализации поставленной цели были проанализированы существующие подходы, используемые для классификации методов и моделей при формировании маркетинговой стратегии. Как уже отмечалось, при традиционном подходе используются матричные модели разработки маркетинговой стратегии, большинство которых ориентированы на оценку позиций конкурентов.

Основным преимуществом традиционных матричных методов и моделей является простота и возможность их широкого использования. Недостатком этих моделей является то, что при их построении используется, как правило, качественная информация, полученная экспертным путем. В результате, такие модели содержат субъективные факторы оценки, поскольку информация получена экспертным путем. Кроме того, одним из недостатков матричных моделей является невозможность учета всех внешних факторов, которые существенно влияют на результаты деятельности предприятия.

При анализе предприятий-конкурентов применяется достаточно много матриц той или иной направленности. Наибольшее распространение получили двумерные матрицы, с помощью которых предприятия или их товары могут сравниваться друг с другом по таким критериям как темп роста продаж, относительная конкурентная позиция, стадия жизненного цикла, доля рынка, привлекательность отрасли и т. д. К ним относятся: SNW-матрица; матрица SWOT-анализа; матрица PEST / STEP-анализа; матрица McKinsey; матрица Shell; матрица М. Мак-Дональда; матрица А.Литлла; матрица М. Портера; матрица И. Ансоффа; матрица Браунлая-Барта, матрица Хофера-Шендлера; матрица Томпсона-Стрикленда и др. Следует отметить, что матричные методы должны использоваться с учетом каждого из трех уровней стратегического управления.

В настоящее время значительное внимание уделяется экономико-математическим методам и моделям при анализе маркетинговой деятельности предприятия и формировании его маркетинговой стратегии. Именно применение математических моделей позволяет получить надежные результаты. Однако, в научной литературе отсутствует единая логическая и структурированная система экономико-математических моделей для решения задач стратегического маркетинга. Использование моделей при формировании маркетинговой стратегии осуществляется только на отдельных этапах.

Анализ литературных источников позволил обобщить основные экономико-математические методы, которые могут применяться при формировании маркетинговой стратегии для предприятий (табл. 1).

Таблица 1

Распространенные экономико-математические методы формирования маркетинговой стратегии предприятия

Название метода	Использование в части формирования маркетинговой стратегии
Корреляционно-регрессионный анализ	определение влияния факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия
Авторегрессионный анализ	прогнозирование потенциальных потребителей товаров; расчет прогнозных оценок спроса на товары.
Дисперсионный анализ	моделирование поведения потребителей; оценка различий респондентов по оценке имиджа предприятий
Метод прогнозной экстраполяции	прогнозирование чистой прибыли; определение фактора сезонности
Кластерный анализ	сегментирование рынка;
Многомерное шкалирование	классификация потребителей; оценка удовлетворенности потребителей товарами; определение конкурентоспособных предприятий; классификация предприятий; анализ эффективности размещения рекламы
Нейронные сети	анализ и моделирование поведения потребителей; прогнозирование спроса;
Дискриминантный анализ	идентификация потенциальных потребителей; идентификация потенциальных конкурентов;
Факторный анализ	определение наиболее значимых факторов маркетинговой среды предприятия;
Экспертные методы	анализ качества обслуживания потребителей; определение новых направлений отдыха; оценка имиджа предприятия;
Анализ соответствий	оценка согласованности мнения экспертов при определении преимуществ потребителей или товаров
Анализ ранговых корреляций	определение преимуществ и потребительской ценности товаров или услуг предприятия ранжирование товаров или услуг по потребительской привлекательности
Методы дифференциального вычисления	определение цены на товары с учетом факторов, которые определяют рыночное равновесие
Методы теории игр	моделирование маркетинговой стратегии предприятия и выбор оптимальной стратегии
Сценарное моделирование	моделирование возможных состояний развития маркетинговой среды предприятия;
Имитационное моделирование	разработка альтернативных маркетинговых стратегий в соответствии с определенными сценариями развития маркетинговой среды

На основе систематизации существующих методов формирования маркетинговых стратегий предприятий представляется возможным предложить следующую их типологизацию:

1) маркетинговые модели, основанные на обработке качественной маркетинговой информации. К ним относятся следующие маркетинговые модели стратегического анализа: SNW, SWOT, PEST / STEP, матрица McKinsey, матрица Shell, матрица М. Мак-Дональда, А. Литтла, М. Портера, И. Ансоффа, матрица Браунлая-Барта, матрица Хофера -Шендлера;

2) маркетинговые модели, основанные на обработке количественной маркетинговой информации. К ним относятся экономико-математические и статистические методы, анализ которых был представлен в табл. 1.

Предложенная типологизация учитывает характеристики информации, которая анализируется при формировании маркетинговой стратегии и не противоречащей существующим классификациям моделей стратегического анализа.

Выводы. Проанализированы существующие модели и методы стратегического анализа, которые используются при формировании маркетинговой стратегии. Выявлено, что существующие модели стратегического анализа подразделяются на традиционные и экономико-математические модели. Первая группа ориентирована на анализ качественной, вторая – на анализе комбинации количественной и качественной маркетинговой информации. Причем экономико-математические модели предоставляют возможность получить наиболее надежные результаты, которые будут положены в основу формирования маркетинговой стратегии на любом ее этапе.

Список литературы:

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга, четвёртое европейское издание: пер. с англ. / Г. Армстронг, В. Вонг, Ф. Котлер, Д. Сондерс. – М.: ООО «И.Д. Вильямс », 2007. – 1200 с.
2. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии. / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 804 с.
3. Балабанова, Л.В. Маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятий: стратегический подход: монография / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2006. – 294 с.
4. Давнис, В.В. Современные методы анализа и прогнозирования в задачах обоснования маркетинговых решений / В.В. Давнис, В.И. Тинякова // Маркетинг в России и за рубежом, 2006. – №2. – С. 17-26.
5. Данько, Т.П. Количественные методы анализа в маркетинге: монография / Т.П. Данько, И.И. Скоробогатых. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
6. Маркетинговые технологии экономического роста / М.А. Окландер, А.И. Яшкина, И.Л. Литовченко и др. [под ред. М.А. Окландера]. – Одесса: Астропринт, 2012. – 376с.

Федосова К.С., студентка

Баев К.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

fedosova_karina@mail.ua

ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Актуальность. Актуальной проблемой для различных видов деятельности в разных странах является разработка и организация маркетинговых исследований. Приоритет повышения эффективности отечественного бизнеса и его дальнейшего роста

обусловлен усилением конкуренции на большинстве рынков, высокими темпами изменения потребительских предпочтений и значительным влиянием на текущие процессы научно-технического прогресса. Несмотря на имеющийся опыт управления и маркетинга, методологические и методологические вопросы моделирования бизнеса как актуальных инструментов управления остаются недостаточно изученными. Текущее направление исследований - разработка методологического подхода к объединению маркетинговых элементов внутренней и микросреды предприятия с целью их интеграции в процесс бизнес-моделирования.

Анализ последних опросов и публикаций. Изучение маркетинга в различных секторах экономики, а также отечественных и зарубежных ученых. Среди них: Питер Друкер, Сайрус Маккормик, Н.Д. Кондратьев, М. Портер, Ф. Котлер и другие, которые подчеркнули важность маркетинговых исследований для всего бизнеса в целом.

Цель исследования. Несмотря на значительные события в области маркетинга, ориентацию производителей на использование всех маркетинговых данных, текущие изменения в среде указывают на то, что текущие события не могут удовлетворить растущие требования внешней среды. Разработанные ранние кластеры должны дополняться соответствующей маркетинговой информацией, как во внутренней среде, так и в микросреде, прямые производители создают прочные отношения между производителем и потребителем, демонстрируя, с одной стороны, и изменением предпочтений под влиянием рыночных игроков – с другой.

Результаты исследования. Простейшая идея маркетинга как товарно-денежного обмена между производителями и потребителями товаров и услуг не имеет значения в современном восприятии высоко конкурентных рынков. Маркетинг сегодня - это реальность работы значительного числа отечественных предприятий. Только проведение маркетинговых исследований помогает предприятиям справляться с растущим числом внешних угроз в процессе построения отношений с клиентами.

Маркетинг - это сложная система организации производства и продажи продукции для удовлетворения потребностей конкретных потребителей и получения прибыли на основе исследований рынка и прогнозирования, разработки стратегий и тактик на рынке посредством маркетинговых программ. Эти программы включают меры по улучшению продукта и его области применения, изучению клиентов, конкурентов и конкуренции, обеспечению ценовой политики, созданию спроса, стимулированию продаж и рекламы, оптимизации каналов распространения и организации продаж, организации технических услуг и расширение спектра услуг [1].

В современных условиях ведения бизнеса предприятия имеют разные организационно-правовые формы, которые действуют в разных сферах деятельности. Тем не менее, маркетинговые инструменты помогают максимизировать прибыль для различных предприятий и организаций. Успех бизнеса на рынке во многом зависит от его способности адаптироваться к меняющимся условиям окружающей среды. Внедрение стратегического маркетинга на промышленное предприятие предполагает решение этой проблемы путем объединения функций управления во всех структурных звеньях промышленного производства [2].

Промышленный маркетинг появился сравнительно недавно, так как он был отделен от потребительского маркетинга. Одним из ключевых критериев дифференциации потребительского и промышленного маркетинга является тип продукта. Промышленный маркетинг - это прибыльная деловая деятельность по обмену, продвижению и укреплению отношений между организациями, в которых объектом взаимодействия являются товары, работы, услуги, которые являются их частью или используются другими промышленными предприятиями, обеспечивающие его производственную деятельность.

Маркетинговая деятельность должна обеспечивать:

- надежная и своевременная информация о рынке, структуре и динамике этого спроса, предпочтениях и предпочтениях клиентов, т.е. информация о внешних условиях компании.
- создание такого продукта, набора продуктов (серий), который лучше всего соответствует требованиям рынка по продуктам конкурентов.
- необходимое воздействие на потребителя, по запросу, на рынке, обеспечивающее максимальный контроль в сфере применения.

Маркетинг - это социальный и управленческий процесс, посредством которого отдельные лица и группы людей получают то, что им нужно, путем создания продуктов и обмена ими. В основе этого процесса лежат следующие ключевые понятия: потребность, желание, спрос, продукт, обмен, транзакция [3].

Таким образом, потребности преобразуются в конкретные желания, которые с учетом денежных возможностей преобразуются в рыночный спрос на конкретные продукты, обмен между производителем и потребителем, который осуществляется в форме конкретной транзакции. Поэтому маркетинг направляет экономику на удовлетворение постоянно меняющихся потребностей миллионов потребителей.

На уровне отдельных субъектов маркетинга, определенных как интегрированная система для проектирования серий и объема продукции, установления цен, распределения продукции по отдельным рынкам и стимулирования сбыта для достижения разнообразия. Продукция привела к удовлетворению интересов, как производителей, так и потребителей. Это определение достаточно широкое, поскольку оно также охватывает деятельность некоммерческих организаций. Таким образом, маркетинг - это деятельность организации в интересах ее клиентов.

У каждой компании есть свои ресурсы - финансовые, производственные, кадровые и др. Он должен мобилизовать и направить эти ресурсы для наиболее эффективного использования существующего рыночного потенциала, обеспечивая накопление капитала, которое делает возможным бизнес и его развитие. В то же время следует выбирать и ориентироваться на такие рынки, которые имеют хороший потенциал для достижения необходимого объема продаж и получения необходимой прибыли.

Выводы. В коммерческом секторе маркетинг играет важную роль в разработке и реализации маркетинговых стратегий для поиска каналов сбыта, разработки политики закупок, поддержания и увеличения доли рынка, а также изучения потребителей и конкурентов. Торговля - активный посредник между производителем и потребителем, канал сбыта продукции.

Сегодня практически невозможно представить деятельность любого бизнеса без маркетинга. Проводя маркетинговые исследования, организации могут диверсифицировать свою деятельность в соответствии с рыночными условиями.

Основной целью маркетинга является максимизация прибыли, максимально отвечающей потребностям потребителей. Таким образом, маркетинг - это не просто популярная тенденция войти в бизнес в различных сферах производства, но и необходимость в сегодняшних меняющихся рыночных условиях. Маркетинг сегодня действует как средство существования и развития хозяйствующих субъектов и успеха продвижения товаров и услуг на рынке.

Список литературы:

1. Ахмедов, А. Э. Проблемы повышения качества современного управления в условиях нестабильности внешней среды / А.Э. Ахмедов, И.В. Смольянинова // Устойчивое развитие науки и образования. – 2016. – № 1. – С. 10-14.

2. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 260 с.

3. Диксон, П. Управление маркетингом: учебное пособие. / П. Диксон. – М.: Бином, 2000. – 190 с.

Шмаков О.С., студент
Петенко И.В., д.э.н, профессор
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Цель исследования: определить, как социальные сети могут использоваться в качестве маркетингового инструмента, какие социальные сети можно использовать для этого.

Различные сайты для рекламы в социальных сетях требуют разных подходов, поэтому разработайте уникальную стратегию, адаптированную для каждой платформы.

Использование Вконтакте для маркетинга в социальных сетях

Случайная, дружественная среда Вконтакте требует активной стратегии маркетинга в социальных сетях. Начинать следует с создания сообщества бизнес-фан-сайта. Следует обратить внимание на макет, так как визуальный компонент является ключевым аспектом опыта Вконтакте. Данная социальная сеть очень популярна в Донецком регионе и может привлечь внимание многих новых потребителей.

Вконтакте – это место, куда люди ходят, чтобы расслабиться и пообщаться с друзьями, поэтому тон должен быть легким и дружелюбным. Следует помнить, что органическая досягаемость на Вконтакте может быть крайне ограниченной, поэтому следует рассмотреть экономически эффективную рекламную стратегию Вконтакте, которая также может оказать большое влияние на органическое присутствие в Вконтакте.

Использование Google+ для маркетинга в социальных сетях

Google+ появился на сцене в качестве конкурента Facebook, но теперь он обслуживает более узкую аудиторию. Это не работает для всех, но некоторые сообщества очень активны в Google+.

В Google+ можно загружать и обмениваться фотографиями, видео, ссылками и просматривать все +1. Также используются круги Google+, которые позволяют сегментировать своих подписчиков на более мелкие группы, позволяя делиться информацией с некоторыми сторонниками, запрещая другим пользователям. Например, можно попробовать создать свой кружок и поделиться специальными скидками и эксклюзивными предложениями только с этой группой. Как можно понять Google+ можно использовать на определенную аудиторию не такую широкую, как Вконтакте, но здесь имеется своя фан-база и ряд преимуществ [2].

Существует возможность организовывать видеоконференции с помощью Hangouts

Использование Pinterest для маркетинга в социальных сетях

Pinterest – одна из самых быстрорастущих тенденций в сфере социальных медиа. Ориентированная на изображение платформа Pinterest идеально подходит для розничной торговли, но любой может воспользоваться преимуществами Pinterest для социальных сетей или рекламы с рекламой.

Pinterest позволяет предприятиям демонстрировать свои предложения продуктов, а также развивать индивидуальность бренда с привлекательными уникальными пинцетами. При разработке стратегии Pinterest следует помнить, что основной аудиторией социальной сети является женщина. Если это целевая аудитория предприятия, то присутствие на Pinterest может стать необходимым. Pinterest возможно не самая популярная сеть в нашем регионе, но для женской аудитории может стать довольно интересной.

Использование Twitter для маркетинга в социальных сетях

Twitter – это инструмент для маркетинга в социальных сетях, который позволяет транслировать ваши обновления через Интернет. При следовании за твитерами в той же отрасли или смежных областях, и можно получать постоянный поток последователей взамен.

Официальные твиты о специальных предложениях, скидках и новостях можно чередовать с забавными твитами для создания бренда. Не следует забывать об обратной связи с клиентами, отвечать на их вопросы, когда это возможно. Использование Твиттер в качестве инструмента для маркетинга в социальных сетях вращается вокруг диалога и общения, поэтому взаимодействие и вовлеченность клиентов является важным фактом. Твиттер известная социальная сеть в нашем регионе и может хорошо использоваться. При должном уровне профессионализма использовать Твиттер в социальном маркетинге не составит труда, главное взаимодействовать [2].

Использование LinkedIn для маркетинга в социальных сетях

LinkedIn - один из самых профессиональных сайтов для рекламы в социальных сетях. Группы LinkedIn - отличное место для проведения профессионального диалога с людьми в аналогичных отраслях и предоставляет место для обмена контентом с единомышленниками. Это также отлично подходит для публикации вакансий и совместной работы сотрудников.

Поощрите клиентов или клиентов, чтобы дать вашему бизнесу рекомендацию по вашему профилю LinkedIn. Рекомендации делают ваш бизнес более надежным и надежным для новых клиентов. Также просмотрите раздел «Вопросы» LinkedIn; Предоставление ответов помогает вам стать лидером мысли и заслуживает доверия.

Использование YouTube для маркетинга в социальных сетях

YouTube - это место номер один для создания и совместного использования видеоконтента, а также может быть невероятно мощным инструментом маркетинга в социальных сетях. Многие компании пытаются создать видеоконтент с целью сделать видеоролик вирусным, но на самом деле эти шансы довольно малы. Вместо этого следует сосредоточиться на создании полезных, поучительных «практических» видео. Эти практические видео также имеют дополнительное преимущество для ранжирования результатов поиска видео в Google, поэтому не следует недооценивать мощность видеоконтента! Видеоконтент, по мнению автора, является самым эффективным инструментом, тут можно создавать видео для своего собственного удовольствия и при этом зарабатывать, продвигать видео других пользователей и просто наслаждаться [2].

Существует большое количество других социальных сетей, в которых можно активно использовать маркетинг. Например: Instagram, в которой можно выкладывать свои фотографии и короткие видеоролики. Видео и фотографии являются самыми эффективными способами продвижения товара. Фотографии и хэштеги довольно интересный инструмент ведения маркетинговой деятельности, который охватывает огромную и современную аудиторию [3].

Проблема: в настоящее время существует мнение, что социальные сети не самым надежным инструментом в продвижении товаров. По мнению автора данный стереотип

через несколько лет изживёт себя, потому что недоверчивые люди убедятся, что это один из самых перспективных инструментов.

Актуальность. Данная тема является актуальной для сегодняшнего времени и людей, которые на данный момент проводят времени в социальных сетях больше, чем в жизни. По мнению автора, использование социальных сетей в качестве маркетингового инструмента перспективно, так как социальных сетях много молодежи. С помощью социальных сетей можно привлечь новую аудиторию. За этим направлением большие перспективы в будущем.

Выводы. Из всего вышесказанного можно понять, что каждая социальная сеть может действовать по-разному, ведь предпочтения насчет социальных сетей различны. Поэтому использование каждой социальной сети имеет место быть. Каждая социальная сеть удовлетворяет некий ряд потребностей и может эффективно использоваться в тех или иных целях. В целях продвижения своего товара или ведения какой-либо маркетинговой деятельности разумнее использовать не одну социальную сеть, а несколько, тогда охват аудитории возрастет. Использование социальных сетей, как маркетингового инструмента является эффективным и современным, направлен на новое поколение и актуален среди него.

Список литературы:

1. Агафонов, А. Сетевой Маркетинг, Система рекрутирования в Интернете, А. Агафонов, 2017.
2. Основные этапы продвижения в социальных сетях. Платные и бесплатные методы раскрутки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://abdullinru.ru/money/prodvizhenie-v-sotsialnyh-setyah.html> (дата обращения 20.04.2019).
3. Instagram как инструмент для продвижения бренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/instagram.htm> (дата обращения 20.04.2019).

Ягола В.А., студентка
Тоцкая О.А., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
yagola2018@mail.ru

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНЯТЫХ МЕР ГОСУДАРСТВОМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В РАМКАХ КОНТРМАРКЕТИНГА ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Актуальность. В настоящее время курение относится к тем глобальным проблемам человечества, с которыми борется весь мир. В Российской Федерации проблема потребления табака стоит особенно остро. Никотиновая зависимость оказывает отрицательное влияние на демографические показатели, больше всего – на среднюю ожидаемую продолжительность жизни. Курение убивает граждан в трудоспособном возрасте и сокращает их способность к продолжительному труду [2].

В связи с этим в 2013 году Государственной Думой Российской Федерации был принят Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». Данный закон предусматривает ограничение деятельности производителей и потребителей табачных изделий по всем

четырем составляющим маркетинг-микса табачных изделий: товар, цена, распределение и продвижение[1].

Одной из мер законодательных ограничений по направлению «цена» является внесение поправок Государственной Думой в Налоговый кодекс, в соответствии с которыми с 1 января 2017 года повышаются акцизы на любой вид табака и сигареты. Активная деятельность государства как субъекта противодействующего маркетинга табачных изделий создает необходимость в анализе эффективности осуществленных мер по борьбе с курением до 2017 года включительно и в прогнозировании их эффективности в будущем с помощью методов статистического исследования.

Цель данной работы заключается в оценке мер по снижению иррационального спроса в рамках борьбы с курением, которые проводятся в Российской Федерации государственными властями с 2013 года на законодательном уровне [1]. Изложение основного материала исследования.

На рис. 1. представлены данные по продажам сигарет в Российской Федерации за период с 2013 по 2017 год, которые были получены в результате изучения последних исследований и публикаций Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и компании Euromonitor International, специализирующейся на стратегических исследованиях рынка [3],[4].

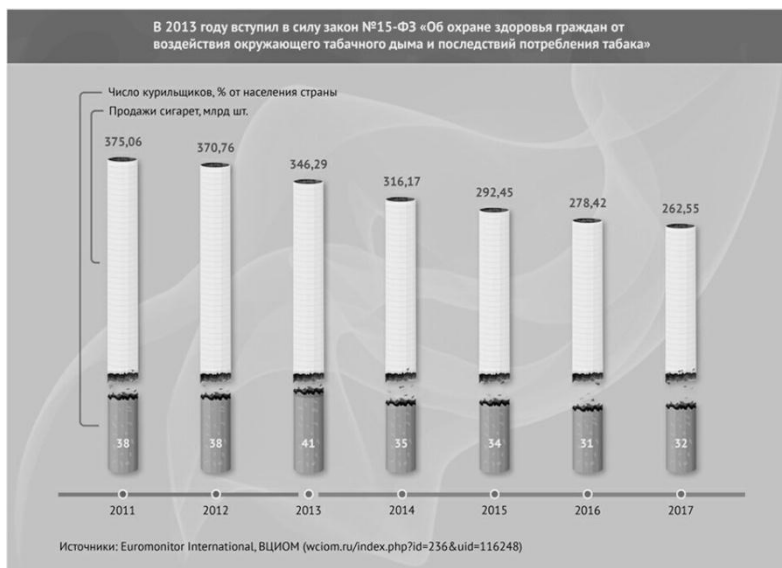


Рис. 1. Динамика продажи сигарет в России за период с 2011 по 2017 год

Анализ интенсивности продаж сигарет в Российской Федерации за период с 2013 по 2017 год показал, что среднее количество проданных сигарет в России за период 2013-2017 гг. составляет 299,2 млрд. шт. В среднем ежегодно за анализируемый период количество продаваемых сигарет снижалось на 6,6% или на 20,94 млрд. шт. На каждый процент снижения продаж приходилось 3,1 млрд. шт. сигарет. Анализ тенденции развития, с помощью метода сквозящей средней, показал тенденцию к снижению. Согласно полученным данным, было выполнено аналитическое выравнивание с помощью уравнения прямой, которое имеет вид:

$$\hat{y}_t = 299,176 - 20,523t.$$

Для оценки статистической точности полученного уравнения была рассчитана относительная ошибка аппроксимации, которая составила 1,4%, что позволяет сделать вывод о статистической точности полученного уравнения тренда.

Таким образом, при сохранении сложившейся тенденции в 2018 году ожидается количество проданных сигарет в размере 237,607 млрд. шт., а в 2019 – 217,084 млрд. шт.

Подводя итоги проделанной работы, можно сделать вывод о том, что повышение акцизов на табачную продукцию является перспективной мерой, направленной на снижение преждевременной смертности трудоспособного населения и увеличение продолжительности жизни, так как наблюдается очевидное снижение количества проданных сигарет в 2017 году по сравнению с 2013 годом и согласно прогнозу данная тенденция сохранится в 2018 и 2019 году.

Также следует отметить, что ранее обозначенная проблема имеет непосредственное влияние на экономическую и социальную сферы, ведь человеческий капитал является основополагающим фактором процветания государства, именно поэтому правительству Российской Федерации необходимо продолжать бороться за сохранение здоровья граждан на законодательном уровне в рамках концепции противодействующего маркетинга.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23.02.2013 N 15-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 24.12.2018 г.).

2. Официальный сайт Российского института стратегических исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riss.ru/>, свободный (дата обращения: 24.12.2018 г.).

3. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>, свободный (дата обращения: 24.12.2018 г.).

4. Официальный сайт Euromonitor International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euromonitor.com>, свободный (дата обращения: 24.12.2018 г.).

Игнатьева Я.А., студентка

Тоцкая О.А., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

yaroslava00ignatyeva@gmail.com

РОЛЬ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТА В ПРОМЫШЛЕННОМ МАРКЕТИНГЕ

Актуальность. Современный век – век информационных технологий, они проникли почти в каждую сферу жизни человека, и маркетинг не стал исключением. Однако сейчас принято считать, что интернет-маркетинг больше свойственен для рынка продаж товаров личного пользования. И в связи с этим, в области интернет-маркетинга промышленных предприятий наблюдается недостаток теоретической базы по использованию инструментов интернет-маркетинга, а также отсутствие практических рекомендаций по их применению. На промышленных рынках наблюдается некоторая сложность во внедрении инструментов интернет-маркетинга, которая обусловлена сложностью и высокой стоимостью продукта.

Теоретические и практические аспекты, касающиеся интернет-продвижения продукции, отечественные и зарубежные исследователи начали только изучать в конце

90-х гг. XX века. С.Спенсер, П.Маршалл, С.Круг и У.Зинсер в своих работах поднимали вопросы о роли и месте интернет-маркетинга предприятия.

Были использованы результаты исследований А.Н.Снигирева, В.В.Галака, А.В.Барышевой, К.И.Фаустовой и других ученых, которые изучали инструменты интернет-маркетинга и способы продвижения, которые они предоставляют.

Цель: разработка рекомендации по улучшению программы интернет-продвижения на промышленном рынке.

Промышленный маркетинг – вид деятельности в области материального производства, который направлен на удовлетворение нужд предприятия в материалах, сырье, комплектующих, а также на повышение эффективности производственной деятельности и сбыта товаров путем исследования и удовлетворение спроса на промышленные услуги и промышленную продукцию [1].

На данный момент маркетинговая деятельность в интернете находится на стадии устойчивого развития и с каждым годом все больше и больше компаний используют его в самых различных целях: продвижение продукции, повышение конкурентоспособности, изучения потребностей рынка, анализ фирм-конкурентов и др.

И что самое главное, охват пользователей на внутреннем рынке интернет-пространств стремительно растет. Интернет-продвижение для промышленных рынков имеет особое значение, так как все больше потенциальных потребителей ориентированы на самостоятельный поиск сырья, материалов, услуг и поставщиков и осуществляют они его прежде всего на просторах интернет-ресурсов. И именно поэтому промышленным предприятиям необходимо грамотно использовать инструменты интернет-маркетинга для повышения осведомленности потенциальных покупателей о самом предприятии, его продукции и что в последствии позволит увеличить продажи, что в свою очередь увеличит получаемую прибыль предприятия.

Чтобы достичь успеха в интернет-маркетинге необходимо использовать следующие инструменты: сайт компании; новостные сайты; поисковое продвижение (SEO); профессиональные формы; канал YouTube; e-mail рассылка; социальные сети (SMM) [2, с.141].

В табл. 1 представлены данные о том, какие задачи решает каждый из этих инструментов.

Из табл. 1 видно, что наибольшее число задач решает именно сайт компании. Благодаря сайту промышленные компании смогут предоставить потенциальным и реальным потребителям качественную информацию, проиллюстрированную фотографиями, графиками и видеоматериалами. Применение сайта позволяет потребителям получить постоянный доступ к информации о предприятии и его продукции, так как материалы на веб-сайте компании доступны круглосуточно. И самое главное достоинство сайта заключается в том, что при правильном его построении и налаживании всех каналов, он способен объединить все элементы комплекса маркетинга (начиная от продуктовой политики и заканчивая работой с персоналом).

Следующий довольно важный инструмент интернет-маркетинга – это поисковое продвижение его еще называют SEO-продвижение (Search Engine Optimization). Поисковая оптимизация – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующим получением дохода от этого трафика.

Таблица 1

Обзор основных инструментов интернет-маркетинга для промышленных компаний [3]

Инструмент	Решаемые задачи
Сайт компании	Информировать о компании и продукции; рассказывать и показывать продукты или услуги; информировать о деятельности и основных проектах; размещать и просматривать отзывы клиентов; формировать, оплачивать и отслеживать заказ
Новостные сайты	Информировать о деятельности компании, проектах
Поисковое продвижение	Выставлять сайт компании в ТОП-10,20; быстрее находить компанию клиенту
Профессиональные форумы	Отслеживать отзывы клиентов; отслеживать конкурентов; собирать информацию о будущих проектах и возможных заказах; рекомендовать продукты
Канал YouTube	Показывать технологии/ продукции компании «в действии»
E-mail рассылка	Направлять персональную информацию/ предложения; информировать о предстоящих событиях, специальных предложениях
Банерная реклама	Переводить клиента на сайт
Социальные сети	Информировать о предстоящих событиях; общаться с клиентами, создавать «тематические группы»; собирать отзывы и предложения

Так как на просторах интернета есть большое количество информации и многие предприниматели используют его в целях продажи своей продукции, то поисковую оптимизацию необходимо использовать для того, чтобы увеличить шанс посещения web-сайта компании. Обычно чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. При анализе эффективности поисковой оптимизации оценивается стоимость целевого посетителя с учётом времени вывода сайта на указанные позиции и конверсии сайта [4].

Еще одним из основных инструментов интернет-маркетинга является интернет-реклама. Интернет-реклама – это целенаправленная коммуникативная деятельность, основанная на всестороннем взаимодействии в интернет-среде, с целью активизации интереса и действий к субъекту рекламы, с одной стороны, и получения прибыли и благ – с другой [5].

Главным отличительной чертой использования интернет-рекламы на промышленном рынке заключается в том, что ее можно размещать не только на стандартных интернет-площадках, но и профильных интернет-ресурсах.

Профильные сайты – это особый вид сайтов, на которых размещаются крупные, многоотраслевые площадки по оптовой торговле, тендерам и другим видам деятельности.

Благодаря новостным сайтам происходит информирование широкой аудитории о деятельности компании, что в свою очередь позволяет целенаправленно формировать у аудитории нужный формат заинтересованности [6].

По данным Global Digital в среднем в день на социальные сети человек тратит около 4 часов и количество пользователей на начало 2018 года составило 3,196 млрд человек [7].

Данная статистика наталкивает на мысль о том, что если освоить такой инструмент интернет-маркетинга, как социальные сети, то перед компанией откроется широкий спектр возможностей. Социальная сеть – это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи. Контент на этой площадке создается непосредственно самими пользователями [8].

E-mail-рассылка является не менее важным инструментом интернет-маркетинга, так как:

- конверсия e-mail рассылки в 3 раза выше, чем конверсия социальных сетей [9];
- средняя доходность инвестиций в email-маркетинг \$44.25 на каждый вложенный доллар [10].

E-mail-рассылка – это автоматизированная отправка писем по электронной почте определенной группе адресатов [11].

Таким образом, научное обобщение позволяет сделать вывод, что в настоящее время интернет-маркетинг необходим для успешного функционирования промышленного предприятия.

Интернет-маркетинг имеет большое количество преимуществ в сравнении с «традиционным» маркетингом: обеспечение потребителей подробной информацией о предоставляемых товарах и услугах, переход от массового маркетинга к маркетингу «один-на-один», нацеленность компании на индивидуальные потребности клиента, повышает эффективность рекламной кампании, снижая при этом бюджет на рекламу. Более того, в условиях глобализации интернет-маркетинг – это отличный способ для продвижения компании как на внутренних, так и на внешних рынках, что в свою очередь обеспечит существование на рынке в долгосрочной стратегической перспективе.

Прежде всего, очень важно то, что для получения большей прибыли и привлечения большей аудитории промышленным предприятиям необходимо использовать инструменты интернет-маркетинга.

Кроме этого промышленному предприятию необходимо изучать свою целевую аудиторию. И исходя из этого выстраивать свой интернет-маркетинг, посредством использования таких инструментов интернет-маркетинга, которые будут интересны и знакомы целевой аудитории.

Следующая рекомендация заключается в поисковом продвижении. Так как в настоящее время в сети интернет существует огромное разнообразие предложение, то у сайта промышленного предприятия есть большая вероятность «потеряться» в этом множестве, т.е., что потенциальный потребитель просто его не найдет. И решением этой проблемы выступает SEO-продвижение, которое позволит предприятию выйти в ТОП и шансы, что потенциальный клиент перейдет именно на сайт данного предприятия повышается во много раз.

Однако больше количества посещений недостаточно для получения большой прибыли, для этого нужно добиться лояльности клиента. А это можно обеспечить исключительно качественный контент, который будет интересным для целевой аудитории.

Но всех этих мер мало для успешного функционирования инструментов интернет-маркетинга. Благодаря развитию информационно-компьютерных технологий стало возможно не только размещать свои услуги и предложения в интернете, но и отслеживать частоту посещения интернет-платформы, количество заказов и т.п. и сейчас это стало очень важным аспектом в формировании успешного интернет-маркетинга.

Одним из наиболее эффективных способов привлечения новых клиентов является реклама в сети интернет, особенно на профильных сайтах.

Например, у поисковой системы Google есть очень выгодное предложение, которое заключается в том, предприниматель может совершенно бесплатно показывать рекламу своего продукта или фирмы с помощью Google Ads. А платить он обязан только тогда, когда пользователи нажимают на рекламное объявление или смотрят рекламный ролик или непосредственно звонят в само предприятие [12].

При соблюдении всех данных рекомендаций маркетинговая деятельность промышленного предприятия в интернете будет очень успешной и приносить много прибыли.

Список литературы:

1. Промышленный маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/industrial-marketing.html> (дата обращения 01.05.2019).
2. Снигерев, А.Н. Интернет-сайт как эффективный инструмент для достижения стратегических целей компании / А.Н. Снигерев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2010. – №2. – С.138 – 146.
3. Галак, В.В. Интернет-маркетинг на промышленном предприятии: основные инструменты и их преимущества [Электронный ресурс] / В.В. Галак // Современные научные исследования и инновации. – 2018. – №1. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2018/01/85483> (дата обращения 01.05.2019).
4. Поисковая оптимизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения 01.05.2019).
5. Тарасова, Н.Е. Современные интернет-технологии как инструмент маркетинга: состояние и перспективы развития / Н.Е. Тарасова, Т.В. Карташова // Научные труды SWorld, 2010. – Т.9. – №4. – С. 8–12.
6. Ingate. SMM-гид: как завоевать признание аудитории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/smm_guide.htm (дата обращения 01.05.2019).
7. Пользователи интернета в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404 (дата обращения 01.05.2019).
8. Термин: социальная_сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seopult.ru/library> (дата обращения 01.05.2019).
9. Why marketers should keep sending you e-mails [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/why-marketers-should-keep-sending-you-emails> (дата обращения 01.05.2019).
10. Experience Is What Memories Are Made Of: An Interview With Brian Solis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.salesforce.com/blog/category/marketing.html?mc=marketingcloud.com/blog/50-email-marketing-tips-and-stats-for-2014> (дата обращения 01.05.2019).
11. Что такое Email-рассылка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/что-такое-email-rassylka/> (дата обращения 01.05.2019).
12. Реклама без лишних затрат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ads.google.com> (дата обращения 01.05.2019).

Максимова А. И., студентка
Ковальчук Л. Ю., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Asyamaximova@yandex.ua

К ВОПРОСУ О ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ И ИЗДЕРЖКАХ

Актуальность. В условиях нарастающей конкуренции управление затратами на физическое товародвижение становится одним из основных способов получения конкурентных преимуществ. Для эффективного управления предприятием необходимо разграничивать понятия «затраты» и «издержки», так как затраты нужно снижать, а издержки по возможности устранять.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематику данного вопроса осветили в своих работах такие ученые как Н.К. Моисеева, А.М. Гаджинский, Т.В. Алесинская, О.А. Сярдова и др.

Цель исследования – раскрыть многообразие подходов к пониманию логистических издержек и затрат.

Результат исследования. Логистические издержки представляют собой затраты трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов, обусловленные выполнением предприятиями своих функций по обслуживанию заказов потребителей, осуществляемые в рамках производственного процесса, а сами затраты связаны с логистическими операциями, в т.ч. такие как закупка, складирование, промежуточное хранение, отгрузка, внешняя транспортировка и т.д.

Как отмечал Н.К. Моисеева, «логистические затраты – денежное выражение использования рабочей силы, средств и предметов труда, финансовые затраты и различные негативные последствия форс-мажорных событий, которые обусловлены продвижением материальных ценностей на предприятии и между предприятиями, а также поддержанием запасов».

А.М. Гаджинский считает: «логистические затраты – затраты на выполнение логистических операций».

О.А. Сярдова отмечала, что: «логистические затраты представляют собой затраты материальных, трудовых и информационных ресурсов, связанных с выполнением логистических операций, обеспечивающих выполнение заказов потребителей».

У Т.В. Алесинской «логистические затраты – это сумма всех затрат, связанных с выполнением логистических операций: размещением заказов на поставку продукции, закупку, складирование поступающей продукции, внутрипроизводственную транспортировку, промежуточное хранение, хранение грузовых потоков, отгрузку, внешнюю транспортировку, а также затраты на персонал, оборудование, помещение, складские запасы, на передачу данных о заказах, запасах, поставках».

Эффективная логистика – это необходимое условие не только для удовлетворения запросов потребителей, но и для повышения конкурентоспособности самого предприятия как субъекта рынка. Для того, чтобы добиться высокого уровня развития логистической системы на предприятии, необходимо снизить логистические затраты и устранить логистические издержки. Многие авторы считают, что логистические затраты и логистические издержки синонимами. Однако наряду с такой трактовкой существует и другая, когда логистические издержки рассматриваются как потери – последствия отклонения технико-экономических факторов от принятых при разработке планов производства.

Многие авторы придерживаются лингвистической точки зрения и трактуют эти понятия как синонимы. Противоположная совокупность авторов указывает на

проблему дифференциации категорий «затраты» и «издержки». Согласно одной из точек зрения, разница между рассматриваемыми понятиями надумана и вызвана тем, что появление синонимов позволяет избежать тавтологии. «Затраты» и «издержки» имеют одинаковый смысл – это затраты предприятия, которые связаны с выполнением определенных операций [7].

Волков В.П. связывает издержки только с производственным процессом, в то время как затраты считает расходами ресурсов на производство конкретных видов продукции [3]. По мнению В.Г. Лебедева, затраты – объем ресурсов в денежном выражении за определенный период времени, который используется на производство и сбыт продукции, включенные в себестоимость. Они отражаются во внутреннем учете и имеют расчетную калькуляционную природу оценки. Под издержками он понимает, затраты финансовых ресурсов предприятия, характеризующиеся движением финансовых средств и оказывающих влияние на прибыль. Издержки имеют платежную природу, отражаются во внешнем учете и не имеют прямой связи с изготовлением продукции [6].

Термин «издержки» означает суммарные расходы предприятия, включающие в себя как явные расходы, так и издержки. Правила бухгалтерского учета 10/99 «Расходы организации» рассматривают издержки, как совокупность всех затрат экономических ресурсов в денежной форме в процессе кругооборота хозяйственных средств [1]. Выполнение предприятием логистических функций и операций представляют собой затраты материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов. Из этого следует, что логистические затраты – это оценки ресурсов в стоимостном выражении, которые использовала организация в процессе своей деятельности. Анализ доступной литературы и сферы практической деятельности показывает, что понятие «издержки» шире понятия «затрат», так как они возникают из-за плохого планирования затрат на складирование, запасов и транспортировки товаров. С каждым годом задачи контроля и сокращения затрат становятся более приоритетными. Так как доля логистических затрат в сумме общих затрат предприятия растет, а цепи поставок усложняются, то необходимо сокращать затраты таким образом, чтобы увеличение затрат на выполнение одной логистической операции вело к снижению общих затрат предприятия в соответствии с положением концепции логистики «экономические компромиссы». Оценка фактических логистических затрат может осуществляться по разным направлениям, например: по логистическим функциям, по логистическим операциям, по поставщикам или потребителям. Направление оценки затрат должно быть выбрано исходя из стратегии предприятия. В логистических системах затраты могут быть постоянными и переменными, управляемыми и неуправляемыми, прямыми и косвенными, фактическими и плановыми. В результате функционирования каналов сбыта, снабжения и технологических процессов предприятия происходит формирование логистических затрат. Они могут быть представлены в виде суммы затрат снабженческо-транспортных цепей, производственно-технологических или операционных и затрат транспортно-сбытовых цепей. Затраты снабженческо-транспортных цепей состоят из складских затрат, затрат на поставку, грузопереработку, страхование, затраты на информационную поддержку снабжения, таможенные затраты и затраты на содержание сырья. Затраты производственно-технологических цепей включают: затраты на транспортировку внутри предприятия, затраты на хранение запасов незавершенного производства, затраты на информационную поддержку производственных процессов и затраты на прочие внутренние логистические операции. В состав логистических затрат также включаются затраты на осуществление финансовых операций и на логистическое администрирование. В свою очередь, логистические издержки включают в себя потери от иммобилизации финансовых

ресурсов в запасы незавершенного производства и готовой продукции и ущерб от недостаточного уровня обслуживания клиентов. Деятельность любого коммерческого предприятия сопровождается логистическими издержками и затратами.

Выводы. Таким образом, в ходе проведенного теоретического исследования, анализируя различия между затратами и логистическими издержками, можно утверждать, что понятие затраты является более узким, поскольку связаны с производственными расходами. Они могут быть финансовыми, трудовыми, и материальными. Затраты всегда указываются в денежном выражении, тем самым предоставляя возможность сопоставлять неравные показатели, а вот издержки являются понятием более широким, поскольку охватывают разные статьи затрат в рамках одного периода – года, производственного цикла, отдельной стадии производства. Это означает, что издержки суммируют то количество затрат, которое было произведено, а потому они также исчисляются в денежном выражении.

Список литературы:

1. ПБУ 10/99 «Расходы организации». Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 27.04.2012).
2. Волкова, О.Н. Управленческий учет: учеб. пособие / О.Н. Волкова. – М.: Велби, Проспект, 2005. – 472 с.
3. Волков, В.П. Экономика предприятия: учеб. пособие / под общ. ред. А.И. Ильина. – М.: Новое знание, 1994. – С. 672.
4. Кузьмина, М.С. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отраслях производственной сферы: учеб. пособие / М.С. Кузьмина. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 208 с.
5. Сергеев, В.И. Ключевые показатели эффективности логистики / В.И. Сергеев // Финансовый директор. – 2011. – №5-6. – С. 36-40.
6. Лебедев, В.Г. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / под общ. ред. Д.А. Краюхина. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2003. – 256 с.
7. Хамидуллина, Г.Р. Управление затратами: планирование, учет, контроль и анализ издержек обращения / Г.Р. Хамидуллина. – М.: Издательство «Экзамен», 2004. – 352 с.
7. Козлов, В.К. Экономическое содержание логистического потока: учет и анализ / В.К. Козлов, Е.С. Царева, Д.К. Философова // Логистика и управление цепями поставок. – 2017. – № 3 (80). – С. 57-62.
8. Миротин, Л.Б. Эффективная логистика / Л.Б. Миротин, Ы.Э. Ташбаев, О.Г. Порошина. – М., 2003. – 160 с.
9. Мясникова, Л.А. Логистика: учеб. пособие / Л.А. Мясникова. СПб., 2013. – 135 с.
10. Козлов, В.К., Царева Е.С. Производственная логистика (Логистика производства): учеб. пособие / В.К. Козлов, Е.С. Царева. – СПб., 2013. – 232 с.

Макарова Т.В., студентка,

Божко Е.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Tanechka.paradise@gmail.com

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Одним из базовых в логистике является понятие логистическая система (ЛС), которую по праву можно рассматривать как одну из самых ранних среди созданных человеком социально-экономических систем.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время в отечественной литературе распространены следующие определения ЛС: «логистическая система – это адаптивная (саморегулирующаяся или самоорганизующаяся) система обратной связи, которая выполняет определенные логистические функции и логистические операции, состоящая, как правило, из нескольких подсистем и имеющая связи с внешней средой». Иностранные ученые, специалисты и менеджеры в области логистики используют понятие «логистическая система» гораздо реже, чем понятие «логистическая цепь поставок», часто рассматривая их как синонимы. Западный подход к термину «логистическая система» более прагматичен.

В словаре APICS логистическая система определяется как процесс «планирования и координации всех аспектов физического перемещения материалов, компонентов и готовой продукции для минимизации общих затрат и обеспечения желаемого уровня обслуживания».

Цель исследования – выявить приоритетные направления развития логистической системы организации в условиях ограниченности

Результаты исследования. Логистическими системами можно считать различные предприятия: производственные, торговые, транспортные, финансовые, посреднические и их комплексы.

Логистические системы подразделяются на: системы с прямыми связями (без посредников), многоуровневые (наличие посредников), гибкие (могут иметь и не иметь посредников).

Рассматривая логистическую систему как сложную систему, в которой реализуются принципы управления основными и связанными с ними потоками, необходимо учитывать, что существующие ЛС функционируют как слабо или сильно структурированные экономические системы, управление объектами и процессами которые могут строиться на основе различных подходов изучается, в частности, общей теории управления.

Разработка ЛС может быть обеспечена путем соблюдения методов анализа использования ресурсов с учетом законов энвироники.

Основные законы энвироники отражают сущность этой системы и типологию используемых ресурсов, раскрывают мотивы ее развития, направления и формы изменений. К ним относятся закон организации, а также закон развития и совершенствования.

Закон организации - это закон, который отражает стабильные, необходимые, объективные, повторяющиеся, значимые причинно-следственные связи, нацеленные на структурную упорядоченность, согласованность не только естественных и искусственных систем (сред) материального мира, но и общественности, в частности производства, экономические системы, общество и мир в целом, элементы этих систем

и их взаимодействие развития и совершенствования, технологических, экономических, социологических, природно-экологических и функциональных процессов.

Закон организации рассматривается как условие их существования и необходимость достижения более высокого уровня организации путем создания, улучшения и оптимизации взаимодействия между структурными элементами и средами, в том числе внешними, обеспечивая получение нужного продукта в нужном месте в нужное время в нужном количестве с соответствующим качеством и ориентировочной стоимостью.

Закон развития и совершенствования отражает устойчивые, необходимые, объективные, повторяющиеся, существенные причинно-следственные и количественные изменения, постоянное появление нового, более прогрессивного состояния ЛС, а также стремление к поиску новых подходов в организации транспортно-технологических схем доставки товаров, для достижения целей подсистемы контроля, улучшения ее качественных характеристик совместно с внутренней и внешней средой, экологией и т. д.

В ЛС взаимодействующие процессы являются технологическими, экономическими, социологическими и природно-экологическими, которые подчиняются действию объективных законов. Разработка ЛС связана с эволюцией логистики, характеризующейся сроками и формами реализации логистических подходов. Наряду с этим эволюция логистики рассматривается с точки зрения использования аутсорсинга (отказ от собственного бизнес-процесса и закупки услуг для реализации этого бизнес-процесса у другой организации) с учетом динамики развития операторов логистических услуг.

Классификация поставщиков логистических услуг, в том числе инсорсинг, может быть представлена:

- 1PL – автономной логистикой, в которой все операции выполняет сам грузовладелец;

- 2PL – логистическими операторами, предоставляющими традиционные транспортные и складские услуги;

- 3PL – логистикой для третьей стороны, что подразумевает предоставление логистических услуг, выходящих за рамки стандартного перечня, включая складирование, перевалку, обработку грузов, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью, а также использование субподрядчиков;

- 4PL – системой логистики операторов, объединяющей всех участников цепочки поставок. Организация, управляющая цепочкой поставок, которая объединяет свои ресурсы и возможности с другими провайдерами услуг, предлагая клиентам цельные решения по управлению такой цепочкой.

4PL является независимым и нейтральным посредником между принципалом (доверителем), т. е. стороной, которая, в конечном счете, выдает контракт на оказание логистических услуг, и различными провайдерами услуг в рамках цепочки поставок. Он не привязан к постоянной инфраструктуре и часто не имеет физических активов (грузовых автомобилей, складов и т. д.), но, тем не менее, предоставляет пакеты оптимальных решений путем использования основного капитала других компаний.

4PL объединяет логистические услуги, оказываемые несколькими компаниями, в интегрированный пакет. Одно из обязательных условий функционирования 4PL – наличие достаточно мощных и эффективных ИТ-систем, позволяющих успешно осуществлять взаимодействие между провайдерами услуг, знание отрасли и ее практического опыта;

- 5PL – «виртуальный логистический сервисный провайдер», ключевая компетенция которого лежит в области широкого использования ноу-хау в

менеджменте логистических сетевых предприятий. Его деятельность не предполагает управления физическими процессами, что соответствует видению будущего.

Традиционно цепочки поставок управляются сторонними поставщиками логистических услуг. Их подход значительно отличается от подхода 4PL:

Поставщик 3PL видит себя только в качестве архитектора транспортных операций, 4PL выступает в роли генерального подрядчика и управляет всем процессом логистики, включая производственную логистику, внутри компании.

3PL, даже если это логистическая группа, имеет ограниченную гибкость и возможности, 4PL имеет доступ к лучшим ресурсам и, следовательно, имеет гораздо более широкий выбор.

3PL стремится к оптимальному использованию своих физических активов, и, не имея таких активов (свободных активов), 4PL руководствуется интересами клиентов.

3PL использует ценовые преимущества главным образом для снижения стоимости своих услуг, а 4PL экономит затраты по всей цепочке поставок клиента:

Во-первых, непосредственно контролируемая инфраструктура логистики или право на использование подходящих сетей означает, что клиенту гарантирован доступ к транспорту во время сезонных пиков или периодов быстрой деловой активности.

Во-вторых, практический опыт, накопленный 3PL за многие годы, позволяет им учитывать особенности различных отраслей и связанных с ними логистических процессов. 4PL, появившийся сравнительно недавно, еще не успел достичь этого уровня зрелости, накопить глубокие знания. В результате они вынуждены направлять значительную часть своей энергии на мониторинг рынка, чтобы выбрать лучшие предложения.

Кроме того, 3PL и 4PL не могут взять на себя всю ответственность от имени своих клиентов. Учитывая это, промышленные компании не могут полностью передать свою ответственность за управление цепочками поставок другим сторонам.

Хотя разница между 4PL и 3PL является решающим фактором, влияющим на его выбор покупателем, принимая во внимание характер операций и рыночные условия, остается открытым вопрос, кто из них более эффективно управляет цепочкой поставок. В будущем 4PL и 3PL могут охватить волну ассоциаций, поскольку глобальные торговые и промышленные компании стремятся получить логистические услуги из одного источника.

Развитие логистических систем можно охарактеризовать как процесс внедрения, а точнее внедрения международных норм и правил в законодательство и практику предприятий. Значимость единообразия стандартов предоставления логистических услуг, разработанных на основе международно-правовых норм, очевидна.

Выводы. Условия для разработки логистических систем требуют серьезного рассмотрения тенденций развития технического и социального прогресса, которые непосредственно влияют на возникновение новых потребностей. Однако их учет и количественные изменения должны включать не сравнение с заранее определенными показателями, а поиск новых путей и методов повышения эффективности.

Список литературы:

1. Логистика: учебное пособие / сост. Н. В. Правдина. – Ульян. гос. техн. ун-т. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 168 с.
2. Яшин, А.А. Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем: учеб. пособие / А. А. Яшин, М. Л. Ряшко. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 52 с.

Ляшенко А.С., студентка

Божко Е.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

alinaua1311@yandex.ua

ЗНАКОВАЯ ЛОГИСТИКА

Актуальность. Современная деятельность человека информационно и технологически насыщена. Ежедневно каждый из нас контактирует с большим числом информационных потоков, не исключением является и логистическая деятельность.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время существует несколько десятков определений термина «логистика».

Так, в соответствии со словарем терминов Российской АН, под логистикой понимается – наука о планировании, контроле и управлении транспортированием, хранением и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутривозвратской переработки сырья, и материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Ряд ведущих российских ученых (Миротин Л.Б., Некрасов А.Г.) сформулировали краткое определение. В соответствии с этим определением *логистика* – зависящее от времени местоположение ресурсов, или стратегическое управление всей цепью поставок.

Одна из крупнейших логистических компаний (Major) определяет логистику, как науку, предмет которой заключается в организации рационального процесса продвижения товаров и услуг от поставщиков сырья к потребителям. По мнению специалистов компании, современный этап развития отрасли (2000-е годы) определяют два основных фактора: глобализация мировой экономики и глобальная научно-техническая революция, которые порождают новые потребности клиентов в логистических услугах.

Говоря о количестве и содержании термина «логистика», необходимо отметить, что достижение целей логистики требует постоянного наблюдения и воздействия на логистические процессы посредством управления. Управление в этом случае направлено на координацию деятельности всех подразделений, занятых работой по производству и реализации продукции. Инструментом подобного объединения служит информационное обеспечение.

Цель исследования – систематизировать знания об информационной логистике и выявить степень важности знаковой информации в профессиональной логистической деятельности.

Результаты исследования. Потоки информации распространяются на все элементы логистической системы. Информация возникает при выполнении различных логистических операций и сопровождает материальный поток на всех этапах его продвижения. Информация используется при выработке и принятии управленческих решений в логистической системе.

Информационная логистика организует поток данных, сопровождающих материальный поток, и является тем существенным для предприятия звеном, которое связывает снабжение, производство и сбыт.

Задачей информационной логистики является обеспечение высокой степени наполнения информацией системы управления, а также предоставление каждому

уровню иерархии управления логистической системы необходимой ему информации должного качества и в необходимые сроки.

В понятие **«информация»** (от лат. informatio – сведения, разъяснения, изложение) вкладывается различный смысл соответственно той отрасли, где это понятие рассматривается: в науке, технике, обычной жизни и т.д. Обычно под информацией подразумевают любые данные или сведения, которые кого-либо интересуют (сообщение о каких-либо событиях, о чьей-либо деятельности и т.п.).

Информацию рассматривают как характеристику не сообщения, а соотношения между сообщением и его получателем.

Информация может существовать в различных **видах**: текст, рисунки, чертежи, фотографии; световые или звуковые сигналы; радиоволны; электрические и нервные импульсы; магнитные записи; жесты и мимика; запахи и вкусовые ощущения; хромосомы, через которые передаются по наследству признаки и свойства организмов, и т. д.

Различают **основные виды информации**, которые классифицируют по ее форме представления, способам ее кодирования и хранения: графическая, звуковая (акустическая), текстовая, числовая, видеоинформация, тактильная, органолептическая информация и др.

Большинство этих видов информации активно используется в маркетинге. Каким образом? Реклама товаров и услуг. С целью привлечения максимально возможного количества потребителей (покупателей) к товару или услуге, маркетологи используют весь арсенал маркетингового инструментария. В результате мы видим реалистичную картинку, динамически меняющуюся ежесекундно со звуковым сопровождением...

Информация в логистике представлена более сжато, лаконичнее, с учетом особенностей логистической деятельности.

А, учитывая глобализацию мировой экономики и глобальную научно-техническую революцию, которые порождают новые потребности клиентов в логистических услугах и разнообразные формы их удовлетворения, следует отметить о необходимости создания более совершенных коммуникаций, благодаря чему предприятия могут работать на едином, охватывающем весь мир рынке по единым стандартам. Кроме того, информацию можно стандартизировать. Для этого необходимо найти такую форму подачи информации, чтобы она была понятна и востребована во всем мире.

Гениальным решением была попытка использования знаков (символов). Не звуки и буквы – они в каждом языке разные, не произношение – оно зависит от диалекта, а знаки – они могут выразить всё, а если не всё, то очень многое.

Знак – это материально выраженная замена предметов, явлений, понятий в процессе обмена информацией в коллективе.

Знак - соглашение (явное или неявное) о приписывании чему-либо какого-либо определённого смысла, значения.

Знаком также называют конкретный случай использования такого соглашения для передачи информации. Знак может быть составным, то есть состоять из нескольких других знаков.

Цифры являются знаками чисел. Буквы являются знаками звуков и, вместе со словами, являются знаками человеческого языка.

Ю.М. Лотман утверждает, что знаки делятся на две группы: условные и изобразительные.

• **Условный знак**, в котором связь между выражением и содержанием внутренне не мотивирована. Самый распространённый условный знак – слово.

• **Изобразительный** или **иконический** знак, в котором значение имеет естественно ему присущее выражение. Самый распространённый изобразительный знак – рисунок.

Именно рисунок воспринимается во всем мире с минимальными искажениями, если максимально реалистично отображает схожесть с объектом, действием, результатом.

Закодированную информацию в виде знаков можно: создавать, принимать, комбинировать, хранить, передавать, копировать, обрабатывать, искать, воспринимать, формализовать, делить на части, измерять, использовать, распространять, упрощать, запоминать, преобразовывать, собирать и мн. др.

Примерами применения знаков в логистике могут служить: дорожные знаки, знаки на упаковке товаров, символы, используемые для обозначения важности процесса или деятельности в документации.

Преимуществами нанесения информации в виде знаков являются: экономия пространства на упаковке, быстрота ее осознания и декодировки, унификация информации (глобализация), отсутствие необходимости перевода на несколько языков, уменьшение риска неправильной ее трактовки, стандартизация способа производства и размещения, а также снижение затрат на создание информационной составляющей.

После окончания Второй мировой войны предприняты попытки создать единую для всех стран мира систему дорожной сигнализации. В 1949 г. в Женеве состоялась конференция по дорожному движению, на которой был принят новый «Протокол о дорожных знаках и сигналах», базировавшийся на европейской системе дорожных знаков. В Протоколе были даны рекомендации по размещению знаков, их размерах и цвете. Для предупреждающих и запрещающих знаков предусматривался белый или жёлтый фон, для предписывающих — синий. Протоколом предусматривалось 22 предупреждающих, 18 запрещающих, 2 предписывающих и 9 указательных знаков.

В 1968 году на Конференции ООН в Вене были приняты Конвенция о дорожном движении и Конвенция о дорожных знаках и сигналах.

Обновление дорожных знаков в РФ произошло в 1994 г. Оно связано с введением в правила дорожного движения раздела, регламентирующего движение в жилых зонах и на дворовых территориях, а также знаков, регламентирующих движение транспортных средств, перевозящих опасные грузы.

В конце 90-х гг. началась разработка нового стандарта «Знаки дорожные», содержащего значительные изменения в действующей системе знаков. Он вступил в силу с 1 января 2006 г. Основная цель этих изменений — привести отечественный стандарт, определяющий номенклатуру дорожных знаков, в более точное соответствие с Международной конвенцией 1968 г.

Выводы. Даже если не все запомнилось о знаковой логистике и возникли сомнения в правильности декодирования определенного знака – основная цель знаковой информационной логистики достигнута – потребителю напомнили о знаках дорожного движения, а, значит, позаботились о безопасности при составлении логистического маршрута перемещения.

Список литературы:

1. Дорожные знаки: прошлое и настоящее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://wiki.nashtransport.ru/wiki/ Дорожные знаки: прошлое и настоящее \(статья\)](https://wiki.nashtransport.ru/wiki/Дорожные_знаки:_прошлое_и_настоящее_(статья)) (дата обращения 15.04.2019 г.)

2. Глобализация и информационное общество [Электронный ресурс] — Режим доступа. – Режим доступа: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2012-1/ropagina.pdf (дата обращения 10.04.2019 г.)

Секция «Международные экономические отношения»

Айрапетова А.А., студентка

Туралина А. Г., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

anna.ayrapetova.00@mail.ru

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Актуальность исследования обусловлена высокими темпами развития экономических отношений между РФ и КНР, в силу нарастающей необходимости сотрудничества в различных сферах деятельности на основе общих интересов. Помимо традиционных прямых торговых и производственных связей, отношения Россия — Китай затрагивают практически все сферы деятельности, такие как крупные инвестиционные проекты, проекты развития регионального и приграничного торгово-экономического сотрудничества, программы в области культуры, образования, науки.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы российско-китайских отношений нашли отражение в трудах таких ученых-экономистов, как — И. Сергеев, А. Д. Алексеев, И. Рогачев, Е. Гаврилов, Г. Попов, К. А. Яковлев и другие.

Целью работы является исследование внешнеэкономических отношений двух стран на современном этапе развития мирового хозяйства, выявить проблемы и перспективы.

Результаты исследования. КНР и СССР установили дипломатические отношения 2 октября 1949 года. Советский Союз стал первым иностранным государством, которое объявило о признании КНР.

В 80-90-х годах отношения между СССР и КНР были неоднозначными. Произошел радикальный поворот от дискуссий к конструктивному диалогу, от конфронтации к добрососедству, от соперничества на международной арене к сотрудничеству и партнерству. [4]

В дальнейшем отношения Китая и России активно формировались на основе общих интересов.

Одной из важнейших предпосылок взаимовыгодного сотрудничества между странами является высокий рост спроса на энергоресурсы со стороны Китая, которой в полной мере обладает РФ. Помимо этого обе страны заинтересованы в снижении влияния доллара США на национальные экономики и продвижении интернационализации своих национальных валют. На основе проведенного исследования до 2016 года было отмечено снижение динамики торговли между данными странами предпосылки, которых стали санкционные ограничения 2014 года, которые привели к:

- 1) сложная геополитическая обстановка в регионе, экономические санкции западных стран в отношении России;
- 2) стагнация темпов экономического роста в странах;
- 3) снижение мировых цен на сырьевые товары и энергоносители;
- 4) ослабление покупательской способности российских потребителей китайской продукции из-за неустойчивости рубля [5].

В современных условиях, начиная с 2017 года российско-китайская взаимная торговля начинает развиваться бурными темпами. Так объем торговли по данным на 2017 год увеличился на 30% и составил 14,7% от внешнеторгового оборота РФ (рис.1.) [1].

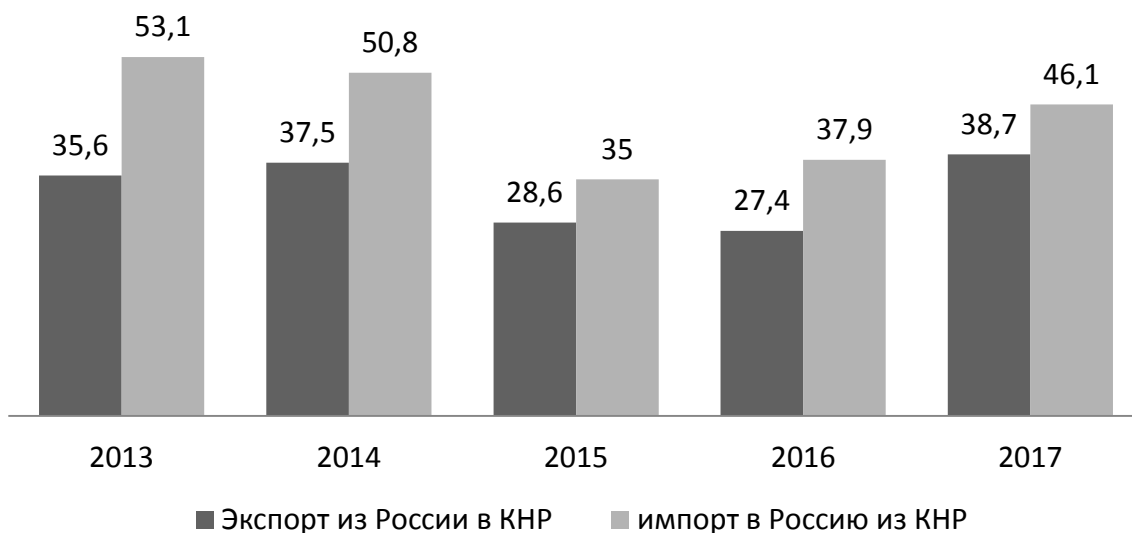


Рис. 1. Динамика российско-китайской торговли за 2013-2017 гг., млрд. долларов

На основе анализа товарной структуры импорта РФ в торговле с Китаем являются такие группы товаров: машины, оборудование и транспортные средства, текстиль и обувь, и т.д. Основными направлениями торговли являются транспортные средства (59%), топливо, нефть и нефтепродукты, машины и оборудования, а также товары химической промышленности [3].

За исследуемый период объем экспортируемых в Китай товаров из России практически пропорционален импортируемым, что свидетельствует о стабильности сформировавшихся отношений.

В дальнейшем государствами планируется наращивание взаимных инвестиций, активное сотрудничество малого и среднего бизнеса обеих стран, содействие финансовой кооперации в целях предоставления финансовых гарантии для экономического и технического партнерства; совершенствование сотрудничества в сфере электро-атомной энергетики, укрепление российско-китайских отношений, стратегического партнерства в сфере энергоресурсов, науке и технике, авиации, космонавтике; продолжение улучшения условий грузовых перевозок между двумя странами и других областях. Существенные проекты также ведутся в сфере инфраструктуры, например, высокоскоростная железная дорога, которая соединяет Москву и Пекин, сроки реализации предполагаются на 2020 год [2].

Выводы. Российско-китайские отношения представляют собой важную составляющую современной системы мирового хозяйства и являются основой устойчивого развития обоих государств, поскольку, с одной стороны возмещает дефицит Китая в поставках угля, газа и нефти, а с другой – снижает трудности российских энергетических предприятий в недостатке средств, способствует общему социально-экономическому развитию.

Необходимо отметить, что Российско-китайские взаимоотношения характеризуются широким спектром областей сотрудничества, заключение стратегических контактов на высшем уровне, торгово-экономические и гуманитарные связи, совместное участие в международных и региональных организациях, таких как ШОС, АТЭС и БРИКС.

В современных условиях сложился весьма благоприятный климат для развития российско-китайских отношений, которые необходимо развивать на основе

добрососедства, дружбы и сотрудничества, сформировав отношения нового типа, которые совместно выступают против силовой политики.

Список литературы:

1. Взаимный товарооборот России и Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moneymakerfactory.ru/biznes-plan/tovarooborot-rossii-i-kitaya/> (дата обращения 20.04.2019).
2. Внешняя торговля России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018-03/dinamika-torgovli-rossii-s-kitaem-v-2010-2017-godah/> (дата обращения 20.04.2019).
3. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13858&Itemid=2095 (дата обращения 20.04.2019).
4. Ларин, А.Г. Новый этап российско-китайского партнерства и проблема доверия / А.Г. Ларин. — Москва: ДеЛи плюс, 2017. – 65 с.
5. Островский, А.В. Как нам развивать российско-китайскую торговлю / А.В. Островский. – Москва: ДеЛи плюс, 2017. – 81с.

Арсланбекова М.Р., студентка
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
arslanbekova.margarita@mail.ru

ШВЕДСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКИ: СЕКРЕТ УСПЕХА

Актуальность. Современная Швеция – высокоразвитое европейское государство, имеющее одну из самых сбалансированных экономик в мире. В середине 20 века Швеция совершила резкий скачок в социально-экономическом развитии. В связи с этим возник термин «шведская модель», который характеризуется стабильностью, высоким уровнем жизни, социальной защищенностью, передовыми технологиями и т.д. Выявление особенностей, которые выгодно отличают «шведскую модель» от национальных экономик других стран, и основных факторов успешного развития позволяет использовать опыт Швеции в других государствах.

Анализ исследований и публикаций. Большое количество трудов зарубежных и российских специалистов было посвящено изучению особенностей экономического развития Швеции. Исследования по данной теме проводились в работах Класа Эклунда, Авдокушина Е.Ф., Бушина Б., Борко Ю.А., Караманова М.Э., Рыбалкина В.Е., Милюкова Е.В., Залыгина А.Н. и др.

Цель исследования: анализ становления экономики Швеции, изучение основных факторов успешного экономического развития Швеции.

С 1860 по 1960 годы Швеция демонстрировала один из наивысших в мире темпов роста, превратившись за сто лет из отсталой аграрной страны в одно из наиболее развитых в экономическом отношении государств.

Сейчас Швеция входит в число наиболее благополучных стран мира. Об этом свидетельствуют результаты мировых рейтингов, в которых Швеция регулярно занимает высокие места. Согласно последним данным за 2018 год в рейтинге самых процветающих государств Швеция заняла 6 место. Индекс процветания (2018 The Legatum Prosperity Index) составил 79,15 баллов.

Рейтинг восприятия коррупции 2018 – 5 место (85 баллов из 100).

Индекс глобальной конкурентноспособности 2018 (Global Competitiveness Index) – 9 место (81,7).

Лучшие страны для бизнеса по версии Forbes 2018 – 2 место.

Индекс человеческого развития (HDI) 2018 – 7 место (0,93).

Индекс развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира (The ICT Development Index) 2017 – 11 место (8,41).

Глобальный инновационный индекс (Global Innovation Index - GII) 2013 – 1 место; 2012, 2014, 2016, 2017 – 2 место; 2015, 2018 – 3 место.

Эти показатели свидетельствуют о сбалансированности экономики, социальной направленности проводимой политики, благоприятных условиях для бизнеса, инвестиций, инновационной деятельности, образования, медицины, экологии и т.д.

Все это позволяет говорить о шведской исключительности, что выгодно отличает ее от большинства стран.

Основополагающими факторами успешного развития экономики Швеции являются:

Исторический фактор:

- нейтралитет внешней политики, неучастие в мировых войнах;
- длительное пребывание у власти социал-демократической рабочей партии (1932–1976 гг.), что обеспечило политическую стабильность и социальный мир в государстве;
- активная роль профсоюзных организаций в решении конфликтных вопросов, поиск компромиссов, поддержание мирного баланса в обществе.

Природные ресурсы. Превращению экономики из отсталой аграрной в передовую промышленную способствовало наличие запасов важных природных ресурсов: железной руды, леса, гидроэнергии. Наличие внешнего спроса на шведский лес и железную руду, близость европейских рынков в эпоху индустриализации были основными факторами развития.

Инновационная экономика. Доля расходов на НИОКР в ВВП Швеции составляет 4%, что значительно превышает соответствующие показатели других стран.

Основные направления деятельности – научные исследования в области электроники, микроэлектроники, радиосвязи, производство IT-продукции, программирование и разработка вычислительной техники, а также создание производственных и технологических процессов [1, с.169]

Государственное участие в экономике. Для Швеции характерна высокая доля вовлеченности государства в систему регулирования экономических и финансовых вопросов. Государство, не воздействуя на основы производства, занимается перераспределением через налоговую систему доходов, полученных в частном секторе экономики для достижения принципа социальной справедливости. Основными экономическими функциями государства являются обеспечение полной занятости и выравнивание доходов населения, разработка долговременной стратегии развития экономики и законодательное регулирование предпринимательства.

Стабильность финансовой системы. Для поддержания эффективности всей финансовой системы используются следующие инструменты регулирования: строгий контроль госрасходов, ответственная фискальная политика, стабилизация валютного курса, поддержание ценовой стабильности и целевой инфляция на уровне 2%, постоянный мониторинг и финансовый анализ, осуществляется обеспечение эффективного, надежного и безопасного функционирования платежной системы и т.д.

Благоприятный климат для предпринимательской деятельности. С учетом того, что малые и средние предприятия являются важной составляющей шведской

экономики (обеспечивают около 60% ВВП страны), государство традиционно уделяет особое внимание поддержке малого и среднего бизнеса.

Экономический и законодательный климат страны наряду с низким уровнем коррупции заслуженно признается инвесторами одним из лучших в мире. Кроме того, Швеция поддерживает либеральный режим по отношению к иностранным инвестициям. Зарубежные инвесторы пользуются теми же правами, что и национальные.

Иностранные инвестиции – решающий фактор устойчивого развития шведской экономики. Швеция традиционно входит в число первых двадцати стран мира – крупнейших получателей инвестиций с долей 1,4% от общемировых инвестиционных вложений.

Экспортноориентированная экономика. Производство современных товаров с использованием передовых технологий обеспечивают высокий уровень их конкурентоспособности на мировых рынках. Благодаря этому в последние два десятилетия в стране происходил бурный рост экспортно-ориентированных производств (доля экспорта в ВВП Швеции составляет около 45 %). Приоритетными отраслями экономики, которые обеспечивают существенный вклад в формирование ВВП страны, являются:

- машиностроение, горнодобывающая и металлургическая промышленность;
- химическая промышленность;
- лесная отрасль и деревоперерабатывающая промышленность;
- нефтеперерабатывающая промышленность;
- пищевая промышленность;
- развитие новейших информационных технологий;
- разработка технологий и производство оборудования для защиты окружающей среды, ресурсо- и энергосбережения;
- военная промышленность;
- научно-исследовательская сфера;
- топливно-энергетический комплекс, внедрение энергосберегающих технологий, развитие и активное применение возобновляемых источников энергии.

Большое количество приоритетных отраслей для такой небольшой страны, как Швеция (население около 10 млн. чел.), очевидно, является преимуществом шведской модели общества и результатом хорошо спланированного экономического устройства, позволяет обеспечивать устойчивое и поступательное развитие страны в экономическом и социальном плане, а также эффективно справляться с экономическими и финансовыми кризисами.

Выводы. Изучение шведской модели организации экономической и политической жизни позволяет выделить те причины, которые обеспечили этой стране длительное развитие без социальных потрясений и глубоких политических конфликтов, сохраняя при этом высокий уровень жизни и социальных гарантий для большинства населения. Главные из них: высокий уровень политической культуры, кооперационный характер отношений между разными слоями населения и политическими партиями, сложившийся на основе понимания взаимных интересов. В экономической сфере – высокая конкурентоспособность промышленности, базирующаяся на взаимодействии между наукой, образованием и производством, государственных институтов с частным бизнесом. В социальной области – возрастание значения человеческого фактора. Высокий уровень жизни и социальной защищенности сочетается с почти полной занятостью, а социальное обеспечение финансируется за счет широкомасштабного перераспределения доходов.

Опыт Швеции интересен в том, что общие закономерности развития социально ориентированной рыночной системы хозяйства присущи и другим странам на стадии постиндустриального развития, однако здесь они проявились исключительно ярко и эффективно.

Список литературы:

1. Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Швеции в 2017 году// Торговое представительство РФ в Швеции – г. Стокгольм, 2017 г. – 248 с.
2. Погорлецкий, А.И. Экономика зарубежных стран: учебник / А.И. Погорлецкий. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 492 с.
3. Эклунд, К. Эффективная экономика. Шведская модель / К. Эклунд. – М.: Экономика, 1991. – 350 с.
4. Экономические показатели для более 200 стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.theglobaleconomy.com/indicators_list.php (дата обращения 01.04.2019).

Асалинская Д.В., студентка
Кошеленко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
diana.asalinskaya@mail.ru

МЕСТО РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Актуальность. Актуальность исследования заключается в том, что наиболее развитой формой международных экономических отношений является международная торговля. Страны, заинтересованные в участии в мировой торговле, имеют существенные преимущества, такие как улучшение и повышение производительности труда, а также увеличение объема производства.

Цель исследования – оценить место России в международной торговле и определить перспективы развития ее внешней торговли.

Анализ последних исследований и публикаций. Для каждой страны проблемы, которые связаны с международной торговлей, особенно актуальны и требуют рассмотрения не только на теоретическом, но и на практическом уровне. Еще в XIX в. классики политической экономии Д. Рикардо и А. Смит заложили основы международной торговли, а в дальнейшем теорию развивали А. Маршалл, Дж. С. Милль и др. Разработкой современных теорий международной торговли занимались К. Ланкастер, Дж. Гроссман, Г. Джонсон и др. Важно отметить, что значительный вклад внесли российские экономисты, среди них В. Иноземцева, В. Орешкина, А. Киреева, А. Грязнова и другие.

Результаты исследования. На данном этапе развития мировой экономики каждая страна, которая является самой быстроразвивающейся в сфере международных экономических отношений, стремится участвовать в международной торговле. На протяжении многих лет, благодаря существованию этих отношений наблюдалось заметное улучшение в обеспечении населения различными товарами, повышении занятости за счет увеличения экспортных поставок и так далее.

В современной теории международная торговля, как сфера международных товарно-денежных отношений, представляет собой совокупность внешней торговли между

производителями разных стран. На ранних этапах развития общества было вполне достаточно обычного обмена товарами, но по мере развития государств, торговля стала неким глобальным явлением, которая определяет не только уровень достатка или бедности людей, но и уровень развития самого государства. Поэтому международная торговля – это процесс купли и продажи товаров и услуг, который осуществляется между покупателями и посредниками в разных странах [1].

Международная торговля представляет собой сложную категорию экономики. Она несет существенные выгоды для всех стран-участниц, которые представлены в виде двух целесообразных обстоятельств. Во-первых, это неравномерное распределение ресурсов между государствами, а во-вторых, это различные комбинации ресурсов и технологий для повышения эффективного производства. Поэтому страна, которая участвует в международных отношениях, имеет:

1. Рост экспорта, который обуславливается повышением уровня занятости.
2. Необходимость совершенствования, для того чтобы предприятие оставалось конкурентоспособным.
3. Инвестирование экспортной выручки, из-за повышения которой будет происходить развитие промышленности.
4. Рост эффективности интеграции инновационных услуг, повышение загруженности оборудования – интенсификация производственного процесса [5].

Важным условием работы деятельности отдельных организаций и любого государства является международная торговля, которая является формой связи между товаропроизводителями разных стран. Она возникает на основе международного разделения труда и выражает взаимную экономическую зависимость [4].

В отличие от других промышленно развитых и развивающихся стран, Россия располагает богатыми ресурсами. К ним можно отнести: экономические ресурсы, природные ресурсы, интеллектуальный потенциал и научно-технические ресурсы. Вследствие этого, Российская Федерация имеет статус важной страны, которая участвует в системе международной торговли, то есть является важным торговым партнером по поставкам ресурсов, которыми она располагает, в частности это газ, уголь, нефть. Располагая этими богатствами, страна менее подвержена влиянию и зависимости от внешних рынков, и можно сказать, что она смогла бы существовать относительно обособленно от других стран. Но, как и другие государства, Россия стремится расширить свои внешнеэкономические связи.

По данным Федеральной таможенной службы в период январь-июнь 2016 г. внешнеторговый оборот России был равен 467 млрд. рублей [3]. Все потому, что в это время экономика подверглась падению цены на нефть, что привело к девальвации рубля. Это привело к тому, что внешняя торговля России показала рекордно низкий показатель за последние пять лет, что можно увидеть на рис 1. Но, несмотря на это, с февраля показатели стали постепенно улучшаться.

В январе-августе 2018 года внешнеторговый оборот России составил 445,4 млрд. долларов США и по сравнению с январем-августом 2017 года увеличился на 20,8 %. Решающую роль во внешнеторговом обороте России играют страны дальнего зарубежья. На долю стран дальнего зарубежья приходилось 87,7 % общего объема экспорта, на страны СНГ – 12,3 %. Как показала практика, российский экспорт больше ориентируется именно на страны дальнего зарубежья, нежели на государства СНГ, в которых валюты также потеряли в цене [3].

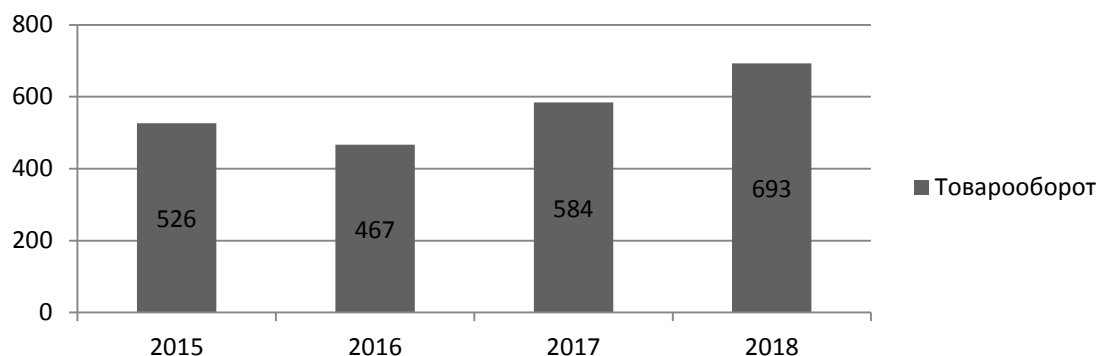


Рис 1. Динамика внешнеторгового оборота в России за период 2015-2018 гг., млрд. долларов США

В российском импорте преимущественно преобладает высокотехнологичная продукция, в особенности машины и транспортные средства, на которые в 2018 году пришлось 41,56 % или 112,6 млрд. долларов объема импорта. Также Россия импортирует большой объем химической промышленности около 18,29 % от всего объема импорта России [6].

По данным сайта VVS-info.ru, в первом полугодии 2018 года российские не сырьевые товары и услуги выросли на 23 %, сравнивая данные прошлого года. Что касается прогнозных данных, то с 2017 по 2025 гг. Россия планирует увеличить экспорт на 7% ежегодно. На начало 2018 года среди ведущих секторов не сырьевого экспорта лидирует авиа- и гражданское машиностроение, и аграрная отрасль [2]. До 2020 г. экспорт энергоресурсов останется одним из важных направлений внешнеторговой деятельности.

При проведенном анализе внешнеторгового оборота в январе 2019 года внешнеторговый оборот России составил 47,2 млрд. долларов США и по сравнению с январем 2018 года сократился на 5,4 %. Работающие в крупных агентствах и институтах России заявляют, что в 2019 году российская экономика будет стабильной и устойчивой, а система ее функционирования – надежной. Однако значительно роста показателей ожидать не следует [3].

Выводы. Анализируя данные динамики российского внешнеторгового оборота, можно сделать вывод о том, что для улучшения потенциала Российской Федерации в международной торговле необходимо принимать ряд мероприятий по повышению эффективности внешнеэкономической деятельности. Необходимо акцентировать свое внимание на развитие инноваций, чтобы избежать сосредоточения внимания экспорта только на топливно-энергетическом сырье, так же это позволит отечественным товарам стать более конкурентоспособными на мировом рынке. С другой стороны, необходимо совершенствовать антимонопольное законодательство, которое позволит повысить конкурентоспособность. Россия как конкурентная страна в базовых отраслях строительства, транспорта, промышленности и аграрного сектора должна не только поддерживать свои позиции на рынке товаров и услуг, но и осуществить обновления этих секторов, сосредотачивая свое внимание на уже современных информационных нано- и биотехнологиях, которые служат важнейшей причиной успеха в развитии страны [7].

Список литературы:

1. Акимова, А.К. Развитие международной торговли как важной составляющей экономики / А.К. Акимова, В.Е. Леонович // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. – 2015. – № 4. – С 23.

2. VVS-info.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/chto-eksportiruet-rossiya (дата обращения 02.04.2019).

3. Обзор внешней торговли России в первой половине 2016 года: цифры и факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://np-srv.ru/stati/obzor-vneshney-torgovli-rossii-v-pervoy-pолоvine-2016-goda-cifry-i-fakty-> (дата обращения 02.04.2019).

4. Петруняк, А.Н. Место России в системе международной торговли/ А.Н. Петруняк // Молодой ученый. – 2017. – № 2. – С. 634-639.

5. UTMAG.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/> (дата обращения 02.04.2019).

6. Trade in 2016 to grow at slowest pace since the financial crisis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wto.org/> (дата обращения 02.04.2019).

7. Кузьмина, В.М. Проблемы функционирования ЕАЭС в условиях санкций: раздел монографии/ В.М. Кузьмина, Л.В. Бычкова // Современные тенденции таможенной политики евразийского экономического союза / под ред. И.Т. Насретдинова. Москва. – 2016. – С. 213-230.

Беленко Э.В., студент
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
b31enko@gmail.com

ЭКОНОМИКА КИТАЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Актуальность. В современных условиях развития мировой экономики всё более актуальными становятся вопросы, касающиеся интеграции и глобализации. Особое место в мировом хозяйстве и таких отношениях занимает Китай, который является сегодня одной из самых активно развивающихся стран. Являясь членом международных экономических отношений и одной из лидирующих стран по экспорту и импорту текстильной и промышленной продукции, Китай имеет значительное влияние на мировую экономическую систему, что делает выбранную тему актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Большое количество работ, как российских, так и зарубежных посвящено анализу проблем экономического развития Китая. Особенно полезными для целей данного исследования оказались труды ряда специалистов: Селищева А.С., Селищева Н.А., Борох О. Н., Жигулевой В.В., Кондрашовой Л.И., Гельбраса В.Г., Островского А.В., посвященные изучению важнейших аспектов формирования и функционирования китайской экономики.

Цель исследования: определить роль Китая в глобальной экономике, выявить проблемы и риски китайской экономики.

Результаты исследования. Экономика Китая в последние года постоянно растёт, в 2018 году она занимала второе место по показателю ВВП, но в этом же году темп роста составил 6,6 %, что является самым низким результатом за последние 28 лет. ВВП на душу населения - 8700 долларов США. Объем средств текущих операций страны – 165 млрд. долларов. Резерв – 3,3 триллиона долларов [4].

Экономика Китая является номером один в мире. По данным МВФ в 2018 году Китай обогнал США по показателю ВВП по паритету покупательной способности. 23208 миллиардов долларов китайцев против 19485 миллиардов американцев, а ведь в

недалёком 2000 году этот показатель у штатов был в три раза больше чем у Китая. По данному показателю США не было равных с конца Второй мировой, такое экономическое чудо позволило увеличить средний доход на душу населения в Китае за последний год на 8.15 % и удержать инфляцию на уровне 2.6%.

Конечно немаловажен и уровень безработицы в стране. В России он составляет 5.5%, во Франции - 8.4%, в Италии - 10.6%, в Греции - 18%, но в Китае - 4.1%, при населении в 1400000000 человек (рис.1) [3].

У Китая самый большой золотовалютный резерв. Он составляет 3,980,000,000,000 долларов, что является в 33 больше, чем у США. Благодаря показателю покупательной способности можно судить положение населения страны. Он показывает, сколько обычные жители страны тратят на покупки. Возьмём один из популярных секторов - электронную коммерцию. По данным исследования IRESEARCH в 2011 году потратили 125 млрд. на покупки в интернете, американцы 188 млрд. В 2018 году Китай потратил 348 млрд., а лидирующие прежде США, отстали на сотню, потратив 250 млрд. По прогнозам ведущих мировых статистических агентств, в 2020 году общий объём электронной торговли таких стран, как Великобритания, США, Япония, Германия и Франция составит больше 800 млрд. долларов. В Китае объём электронной торговли превысит суммарный показатель этих стран в два раза, и составит 1.847 млрд. долларов [1].

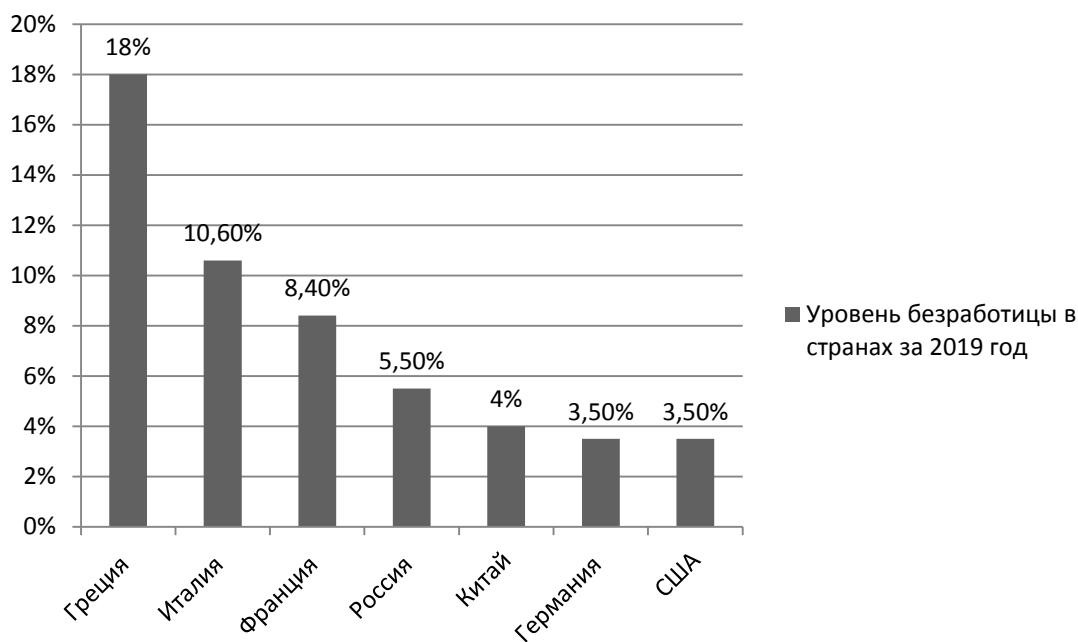


Рис. 1. Уровень безработицы в странах за 2019 год

Мировые аналитики опасаются возможного спада экономики КНР. В мировой экономике роль Китая настолько велика, что если власти допустят обвал, последствия почувствуют не только китайские граждане, но и другие государства. По последним подсчётам, на каждый потерянный процент прироста китайского ВВП приходится 0,3% мирового показателя. Поэтому перед властями Поднебесной стоит задача сохранения стабильности не только своих граждан, но и всех развитых государств. В скором времени торговая политика государства будет модернизирована. Перед чиновниками стоит сложная задача – привести резкий и ненадёжный рост в стабильное положение, не допустив резкого падения.

Перед Китаем стоят следующие задачи:

- Поддержание темпа увеличения процентного соотношения роста.
- Новые реформы, поддерживающие сельское и аграрное хозяйство.
- Отсутствие резкого снижения отраслевых показателей экономики [2].

Иностранные эксперты сходятся во мнении, что накопленные за долгие годы проблемы приведут к обрушению системы. За годы активного процветания придется расплатиться или приложить все усилия для стабилизации столь сложной ситуации. Одной из ключевых проблем является увеличение доли государственных инвестиций. Это приводит к заметному уменьшению влияния частных предприятий и организаций на экономику. Из-за этого страна лишается подушки безопасности, которую оказывает частный капитал. Проблема должна решиться в ближайшие десять лет. В 2017 году доля частного капитала составляет 60%. Это дает время для маневра правительству. В силу вступают реформы поддержания гражданской активности в направлении бизнеса. Планируются крупные вложения в долларах и выгодные льготы [4].

Выводы. Экономика Китая является особым поводом для беспокойства всех развитых стран. Это связано в первую очередь с ее заметным влиянием на их собственные показатели. Власти страны стараются всеми средствами поддерживать уже устоявшуюся картину роста. Несмотря на все сложности, которые придется преодолеть стране, ВВП Поднебесной является второй по своим объемам, уступая лишь США. Если учесть продемонстрированные темпы роста, то можно сделать вывод, что китайская экономика самая быстрорастущая в мире и ее влияние распространяется на все страны.

Таблица 1

SWOT анализ экономики Китая [5]

<p>Сильные стороны в SWOT-анализе Китая:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Государственная структура • Рост ВВП • Телекоммуникационный бум • Денежные резервы • Дешевая рабочая сила 	<p>Слабые стороны в SWOT-анализе Китая:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Недостаточно капитализированные банки • Ограничения в продаже недвижимости • Высокий уровень безработицы
<p>Перспективы в SWOT-анализе Китая:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Акцент на городскую миграцию • Акцент на секторе услуг 	<p>Угрозы в SWOT-анализе китайской страны</p> <ul style="list-style-type: none"> • Спор в Восточно-Китайском Море • Негативное восприятие Китая

Список литературы:

1. Жуков, Е.Ф. Международные экономические отношения: учебник для вузов / Е.Ф. Жуков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 485 с.
2. Ковалев, М. М. Феномен экономического развития Китая: Научное издание / М.М. Ковалев, В.В. Новик. – Минск: Издательский центр БГУ, 2008. – 446 с.
3. Индикаторы мира. Уровень безработицы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theworldonly.org/uroven-bezrabortitsy/> (дата обращения: 15.03.2019).
4. Экономика Китая. Структура экономики КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/china2.htm> (Дата обращения: 02.04.2019).
5. SWOT analysis of China Country [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketing91.com/swot-analysis-china-country/> (Дата обращения: 10.04.2019).

Бобошко А.В., студентка
Кошеленко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
boboshkovalsvvenast99@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ НЕЛЕГАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ

Актуальность темы. На современном этапе всё больше набирает обороты острейшая проблема миграционных процессов, присущая большинству стран мира – нелегальная миграция. Данный процесс дестабилизирует экономическое положение государств по ряду факторов. Российская Федерация, являясь основной страной назначения мигрантов в субрегионе и одной из ключевых в мире, существенно поддается влиянию процессов незаконной миграции, что подчёркивает важность постоянного усовершенствования её миграционной политики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы незаконной миграции в России исследовались такими учёными-экономистами, как Халиуллина А. И., Шагиева Л. А., Воробьева О.Д., Долгова Н.С.

Цель исследования: оценка миграционной ситуации России в рамках нелегальных потоков, а также разработка дополнительных мер по борьбе с незаконной миграцией.

Результаты исследования. По статистике экспертов ООН, 9% населения РФ — мигранты, причем больше половины из них находится в стране незаконно. Так, по сведениям Федеральной миграционной службы России в 2014 г. на миграционный учет встали 8393658 трудовых мигрантов, а въехало в страну 17782394 иностранцев, то есть в два раза больше. Несомненно, данное явление – одна глобальных проблем не только Российской Федерации, но всего мирового сообщества [1].

Большое количество нелегальных мигрантов на территории государства чревато дестабилизацией ситуации в стране за счёт различных факторов: неуплата мигрантами налогов и налоговых платежей, а также в последующем утечка финансовых ресурсов из страны за счёт перевода их в страну гражданства; напряжённая ситуация на рынке труда; усиление нагрузки на социальную инфраструктуру (прежде всего на здравоохранение и образование); межнациональные конфликты; терроризм, торговля людьми, оружием, наркотиками и т.д.

Следует отметить, что статистический учёт по нелегальным мигрантам - достаточно сложный и не всегда возможный процесс, что способствует наличию приблизительных данных по этой категории мигрантов. Так, по данным органов МВД РФ в 2017 году, численность нелегальных мигрантов, находящихся на территории России, снизилась с 3,9 млн. чел. до 2,3 млн. чел.

В 2017 году, к государствам, для жителей которых миграция в Россию является наиболее типичной, относят страны СНГ (рис. 1). В группе стран дальнего зарубежья лидирующую позицию занимает Китай - 8237 человек [2].

Регулирование миграционных процессов и разработка миграционной политики - необходимая и обязательная мера любого государства. Что касается Российской Федерации, то многие эксперты и учёные склоняются к мнению, что ее миграционная политика является неокончательно скорректированной и нуждается в доработке. Органы государственной власти некоторых областей и субъектов РФ издают ряд дополнительных актов в сфере миграционного регулирования (например, Астраханская область и Краснодарский край) [1].

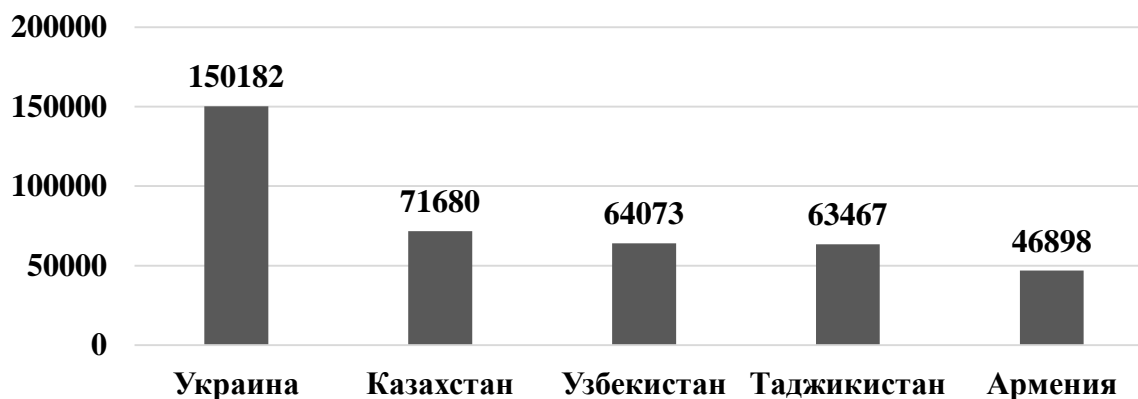


Рис. 1. Численность прибывших мигрантов на территорию России в 2017 году, чел.

В борьбе с нелегальной миграцией в науке и на практике выделяют 2 основных пути: ужесточение процедур въезда и пребывания в стране, а также работы миграционных органов или наоборот либерализация процессов легализации положения иностранных граждан на территории государства.

Основой миграционной политики РФ выступают различные нормативно-правовые акты, регулирующие миграционные процессы, ключевым из которых является «Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года». Главной задачей Концепции является способствование снижению уровня незаконной миграции за счёт улучшения социально-экономических условий мигрантов и созданию благоприятных обстоятельств для их безболезненной адаптации в российское сообщество [3].

К дополнительным мерам противодействия незаконной миграции, которые могли повысить эффективность миграционной политики, России следует отнести:

1. Совершенствование законодательной базы, регулирующей миграционные процессы (например, урегулирование на федеральном уровне вопроса о миграционной инспекции, которая бы следила за законностью нахождения нелегальных мигрантов на территории субъектов РФ и, главное, осуществляла контроль за использованием иностранной рабочей силы предприятиями).

2. Усиление иммиграционного контроля за соблюдением режима пребывания и осуществления трудовой деятельности.

3. Привлечение виновных в нарушении миграционного законодательства в России к ответственности (административной и уголовной).

4. Сосредоточение всех функций и полномочий по регулированию миграционных процессов одному федеральному органу – Федеральной миграционной службе Российской Федерации.

5. Проведение постоянного мониторинга миграционных процессов в России, максимально учитывая нелегальных мигрантов.

6. Создание региональных центров адаптации иностранцев и лиц без гражданства.

7. Обеспечение временного проживания безработных мигрантов.

8. Обеспечение мигрантов полной информацией путём создания информационных бюллетеней об их правах и обязанностях.

9. Упрощение бюрократической процедуры получения временной регистрации и разрешения на работу.

10. Применение штрафных санкций за нарушение установленного миграционного порядка.

Однако необходимо отметить, что Россия продолжает совершенствовать свою миграционную политику, внося ряд изменений, которые являются результативными.

Например, с 1 января 2014 года вступили в силу законодательные изменения, касающиеся порядка выезда и въезда в страну и правового положения иностранцев в Российской Федерации. Согласно этим изменениям, срок временного пребывания на территории страны иностранных граждан, прибывших в РФ в порядке, не подразумевающим получение визы, не может превышать 90 суток суммарно на протяжении каждого периода в 180 суток. Из этого следует, что если раньше иностранцы, прибыв в РФ, имели право находиться здесь максимум 3 месяца, а по истечении этого срока уехать на свою родину, либо выехать из страны, а спустя день вновь въехать в РФ и продолжать свое законное пребывание, то на данном этапе это совершить невозможно. Согласно новому положению, мигрант, выехав через 90 дней, сможет вернуться в Россию только через 90 суток. Если мигрант нарушит срок временного пребывания, ему грозит штраф с депортацией или же запрещение на въезд в будущем [4].

Так же, как было упомянуто выше, Украина занимает лидирующую позицию в ряде стран-доноров мигрантов в РФ. В целях либерализации легализации статуса украинских приезжих Госдума разрабатывает законопроекты по облегчению получения гражданства РФ некоторым определённым категориям украинцев. Данный факт упомянул Президент Российской Федерации Владимир Путин во время пресс-конференции по итогам саммита G20, прошедшей 1 декабря 2018 года [5].

Выводы. Таким образом, миграционная политика – одно из молодых направлений деятельности Российской Федерации. Россия, принимая участие в международных отношениях, изучает и использует опыт своих партнёров в вопросе регулирования миграции, что играет немаловажную роль в совершенствовании методов миграционной политики.

Список литературы:

1. Долгова, Н.С. Незаконная миграция: актуальные проблемы борьбы в современных условиях / Н. С. Долгова // Международный юридический институт – Москва. – 2015. – 48 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015018067> (дата обращения 03.04.2019).
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 03.04.2019).
3. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Президентом Российской Федерации от 13.06.2012 г.) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70088244/> (дата обращения 03.04.2019).
4. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (дата обращения 03.04.2019).
5. РФ запустила процедуру упрощения получения гражданства – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-live.ru/rf-zapustila-protseduru-uproshheniya-polucheniya-grazhdanstva/> (дата обращения 03.04.2019).

Бритва Т.В., студентка

Туралина А.Г., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

08tanya935@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность темы. Газовая промышленность, являясь одной из главных отраслей народного хозяйства Российской Федерации, вносит значительный вклад в развитие национальной экономики, способствует улучшению состояния социальной сферы, обеспечивая функционирование других сфер деятельности.

Анализ последних публикаций. Тему развития газовой отрасли РФ исследовали в своих трудах ведущие учёные-экономисты, такие как Львов Д.С., Максимов Ю.И., Албакин Л.И., Некрасов Н.Н., Струмилин С.Г., Новожилов В.В., и др., которые в своих публикациях рассматривали сущность и структуру газовой промышленности, а также её влияние на национальную экономику.

Цель исследования: на основе анализа функционирования газовой промышленности РФ выявить перспективные направления ее развития и предложить пути решения возможных негативных тенденций.

В настоящее время газовая промышленность РФ является важнейшей составляющей экономики страны, а также значимым элементом международной системы энергообеспечения.

Основные ресурсы и запасы газа России размещены в Северном, Поволжском, Уральском, Западно-Сибирском и Дальневосточном экономических районах. Сегодня реализуется несколько крупных проектов, которые должны обеспечить стабильный или даже возрастающий уровень добычи газа в России в течение нескольких десятилетий [1].

Наиболее крупными проектами газовой промышленности являются: «Ямал СПГ», «Ямал-Европа», «Турецкий поток», «Северный поток», «Сила Сибири», «Голубой поток» и др., которые, в свою очередь, играют огромную роль в жизнеобеспечении населения, являясь важнейшей структурной составляющей развития производственных сил страны, и ее регионов. Так, вклад газовой отрасли в формирование ВВП страны составляет около 10%, на ее долю приходится около 20% в поступлениях валютной выручки государства, а также не менее 13% доходов федерального бюджета. Обеспечение устойчивого функционирования и развития отрасли является основой для дальнейшего роста экономики страны в соответствии с Генеральной схемой развития газовой отрасли на период до 2030 года [2].

Главной целью разработки Генеральной схемы является определение экономически обоснованных стратегических направлений развития газовой отрасли для обеспечения надежного газоснабжения российских потребителей и выполнения обязательств по межправительственным соглашениям и заключенным контрактам на поставки природного газа в зарубежные страны.

Основным российским поставщиком является компания «Газпром», которая обладает монопольным правом на экспорт трубопроводного газа и продает СПГ, конкурируя с компаниями «Новатэк» и «Роснефть» [3].

Динамика поставок российского газа на зарубежный рынок зависит от ряда факторов, в том числе темпов экономического роста, динамики собственной добычи газа, конъюнктуры цен на другие энергоносители и стоимости газа на других мировых рынках.

Основными потребителями российского газа являются такие страны как: Германия, Турция, Италия, Великобритания, Индия, Япония, Китай и др.

По данным Федеральной Таможенной Службы экспорт российского трубопроводного газа в период с 2014 по 2018 год представлен на рисунке 1 [4]:

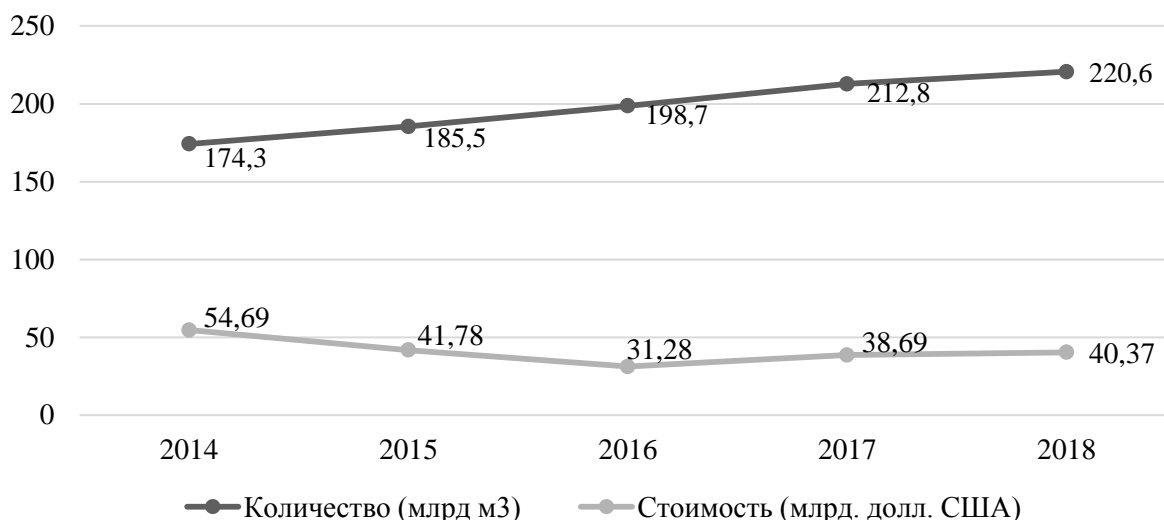


Рис. 1. Динамика экспорта трубопроводного газа в млрд. м³ и млрд. долл. США

В период с 2014 по 2018 год можно заметить тенденцию к росту показателей экспорта, что свидетельствует о наращивании экспортного потенциала благодаря эффективной и качественной реализации значимых инфраструктурных проектов.

Основными проблемами при бурении и добыче газа являются:

- износ и устаревание добывающего оборудования;
- для освоения новых месторождений требуются большие финансовые расходы;
- расположение минеральных запасов в удаленных местах, в связи с этим отмечается повышение себестоимости продукции;
- высокие транзитные риски экспорта газа в Европу;
- недостаточный уровень развития газоперерабатывающей и газохимической промышленности;
- загрязнение окружающей среды при добыче и переработке газа;
- постепенное истощение запасов [5].

С целью повышения эффективности функционирования газовой промышленности предусматривается развитие научно-технического прогресса, что предполагает использование прогрессивных технологий бурения, добычи, переработки и потребления газа, совершенствование газотранспортной системы, повышение энергоэффективности транспортировки газа, систем аккумулирования его запасов, а также технологий сжижения газа и его транспортировки.

Перспективы развития газовой промышленности Российской Федерации:

- реконструкция газотранспортных объектов и системная организация технологических режимов работы магистральных газопроводов;
- применение новых методов и систем управления добычи и переработки газа;
- технологическое переоснащение, модернизация оборудования на предприятиях;
- развитие производства и экспорта сжиженного природного газа;
- достижение более высокой конкурентоспособности на мировой арене;
- соблюдение экологических требований при реализации инвестиционных проектов, а также проведение специальных природоохранных мероприятий;

- формирование устойчиво благоприятной институциональной среды в энергетической сфере;
- рациональное использование человеческих ресурсов во время исследования новых месторождений ресурсов, а также их добычи и переработки;
- поддержание экспортного потенциала газовой промышленности и расширение экспорта её продукции [6].

Выводы. Одними из наиболее важных факторов, влияющих на развитие газовой промышленности является расширение сферы научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и внедрение инноваций, которые обеспечат наибольшую эффективность добычи газа с помощью внедрения и модернизации технологий, а также разработку и применение новых техник производства. В этой связи будут открываться новые месторождения газа, в результате чего будет улучшаться показатель газификации страны, увеличится экспорт, а также повышаться энергетическая и экономическая эффективность.

Список литературы

1. Топливо-энергетический комплекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geographyofrussia.com/toplivno-energeticheskij-kompleks-rossii/> (дата обращения 28.03.2019).
2. Генеральная схема развития газовой отрасли на период до 2030 года – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru> (дата обращения 28.03.2019).
3. Официальный сайт ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gazprom.ru. (дата обращения 28.03.2019).
4. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 28.03.2019).
5. Андрианов, В.Д. Актуальные проблемы и перспективы развития топливно-энергетического комплекса России / В.Д. Андрианов // Общество и экономика. – 2017. – № 6. – С. 75-106.
6. Топливо-энергетический комплекс России: возможности и перспективы / Ю.В. Сияк, А.С. Некрасов, С.А. Воронимна и др. // Проблемы прогнозирования. – Москва: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук, 2013. – С. 4-21.

Вакуленко М.Н., студентка

Шилец Е.С., д.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

mashavakulenko77@gmail.com

МЕСТО И РОЛЬ США В МИРОВОМ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ

Актуальность. Основным трендом современного мирового хозяйства является фокусирование социально-экономического развития стран на интеллектуальных ресурсах, наукоемких и информационных технологиях. Развертывание научно-технического прогресса как фактора экономического роста, отделения рынка высокотехнологичной продукции и услуг привело к тому, что инновационно-инвестиционная сфера национальной экономики играет решающую роль в социально-экономическом развитии многих стран мира. Учитывая это, достаточно актуальным

становится вопрос определения места и роли США в мировом инновационном развитии, так как они уже много лет является одним из лидеров в этой сфере.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию данной темы посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых и экономистов, как О. Селевич, А. Грицык, Л. Лаврик-Слисенко, М. Влащук, С. Ревуцкий, И. Маркович.

Цель исследования. Целью статьи является исследование основных предпосылок и факторов создания условий доминирования государства США в мировой инновационной среде развития мировой экономики, принципов эффективности и внедрения высоких технологий в производство с целью экономического роста.

Результаты исследования. Следует отметить, что на современном этапе развития глобализационных процессов в мировой экономике наблюдаются определенные общие тенденции в функционировании инновационной системы. Выделим и рассмотрим главные из них:

1. Расширение границ международного обмена высокими технологиями.

Данная тенденция развивается путем расширения кооперации в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и переориентации развитых стран на производство и экспорт высокотехнологичной продукции. Среди развитых стран центром научного прогресса выступают США.

Расходы США на НИОКР распределяются примерно поровну межгосударственным и частным секторами. Научно-исследовательские работы, финансируемые государством, носят в основном оборонительный характер, но часть государственных средств направляется и на финансирование других НИОКР, особенно фундаментальных исследований.

В США финансирование осуществляется примерно в следующих пропорциях:

- 35% - из федерального бюджета (около 200 млрд. долл. США);

- 60% - за счет собственных средств производственных компаний;

- 5% - из средств правительств штатов, органов местного самоуправления.

- университеты, колледжи и частные неправительственные организации участвуют в финансировании НИОКР на уровне 5-6% [1].

Мировыми лидерами по финансированию НИОКР также выступают корпорации США, Японии и Германии. Сегодня наблюдается уникально высокая концентрация научно-технических ресурсов в небольшом числе развитых стран: примерно 40% принадлежит США, 30% - Японии, 13% - Германии, причем одним из основных конкурентов на мировом рынке высоких технологий являются США.

Если проанализировать внутренние расходы стран на НИОКР, то картина практически не изменится. Одним из лидеров в этой области уже много лет остаются США: их расходы на науку и НИОКР составляют треть от мирового объема расходов, то есть около 2,7% от объема американского ВВП (рис. 1.).

2. Тенденция роста доли высокотехнологичного экспорта в общем промышленном экспорте.

Стоит также отметить, что в этом контексте четко прослеживается тенденция к росту в таких высокотехнологичных отраслях V-го технологического уклада, как офисное и компьютерное оборудование, а также коммуникационное оборудование.

Среди особенностей современного мирового рынка технологий стоит выделить следующие:

1) Мировой рынок технологий способствует интеллектуализации мировой экономики в целом.

2) Главными субъектами мирового рынка технологий выступают ТНК. Около 2/3 мирового технологического обмена приходится на внутрифирменный обмен ТНК.

Более 60% лицензионных поступлений промышленно развитых стран приходится на долю внутрикорпорационных поступлений (в США - 80%).

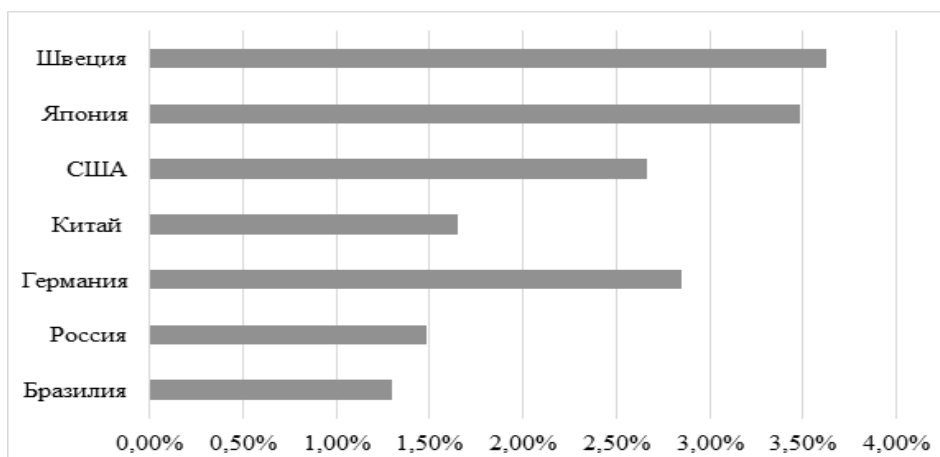


Рис. 1. Страны-лидеры по внутренним расходам на НИОКР в 2018 (% от ВВП) [2]

3) Сами ТНК сосредотачивают исследования в своих руках, что способствует монополизации мирового рынка технологий (уровень контроля 89-90%).

4) Технологический разрыв между различными группами стран, влечет многоступенчатую структуру мирового рынка технологий.

5) Мировой рынок технологий имеет специфическую нормативно-правовую базу своего функционирования, а также органы регулирования.

Лидерами по доле высокотехнологичного экспорта в промышленном экспорте есть, опять же, США, европейские страны и страны Азии.

3. Тенденция возрастания роли в процессе вложения денег в НИОКР со стороны ТНК.

Даже по самым пессимистичным оценкам они обеспечивают почти половину мировых расходов на научные работы и не менее двух третей глобальных расходов на исследования и разработки.

Как и в случае источников финансирования, глобальный поток инвестиций в научно-исследовательские работы со стороны бизнеса является высококонцентрированным. Можно выделить три измерения, по которым наблюдается концентрация инвестиций в НИОКР со стороны именно транснациональных корпораций: географический (по странам), отраслевой (по секторам/отраслям) и по отдельным субъектам инвестирования. Показатели концентрации глобального потока инвестиций в исследования и разработки со стороны ТНК приведены в табл. 1.

Таблица 1

Концентрация инвестиций НИОКР со стороны бизнеса

Размерность концентрации	Процент общего финансирования НИОКР	Дополнительные данные
5 стран из 38, которые имеют заметную долю в финансировании НИОКР	82,1	США, Япония, Германия, Франция, Великобритания
5 секторов с наибольшей долей финансирования НИОКР	69,5	Компьютеры, фармацевтика, автомобилестроение, электроника, программное обеспечение
100 компаний с наибольшей долей финансирования НИОКР	61,4	США - 39; Европа - 36 (Великобритания, Германия, Франция - 20); Юго-Восточная Азия - 23 (Япония - 20)

Выводы. Современное мировое инновационное развитие ускоряет процесс интернационализации мирового хозяйства и обостряет масштабы конкуренции. Проведенное исследование свидетельствует о том, что современные инновации имеют глобальный характер. Среди стран всего мира США занимают лидирующие позиции в мировой экономике, это объясняется, прежде всего тем, что становления инновационной системы хозяйствования началось в стране раньше и происходит интенсивнее и масштабнее, чем в других странах. Процессы трансформации национальной инновационной системы, повышают эффективность функционирования социально-экономической системы, а значит и конкурентоспособность американской экономики.

Таким образом, каждое государство в условиях глобализации стремится занять выгодную позицию в многостороннем и мобильном международном разделении труда, максимально использовать те преимущества, которые возникают вследствие интеграции и углубления внешнеэкономических связей и обеспечить собственную экономическую безопасность.

Список литературы:

1. Орлова, А.И. Сравнительный анализ расходов на НИОКР И НИР в Китае и США [Электронный ресурс] / А.И. Орлова Т.В.Карпенко. - Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/2472.pdf> (дата обращения 31.03.2019).
2. Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.wipo.int/> (дата обращения 31.03.19).

Воронова А.С., студент
Грузан А.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
ms.nastasia1998@mail.ru

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И КИТАЯ КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Актуальность. Отношения между Китаем и Российской Федерацией являются одними из наиболее значимых отношений между ведущими государствами в современном мире. Вследствие того, что происходит вступление этих двух стран в новый период развития, складывается возобновленное осознание их внешних политических курсов, возникает потребность заново, с помощью современных концепций и рамок, спроектировать отношения широкомасштабного партнерства и стратегического взаимодействия.

Анализ последних публикаций. Вопросами состояния отношений между Российской Федерацией и Китаем занимались такие российские учёные-экономисты как: С.Н. Гончаров, А. Шлындов, Э.В. Кириченко, А.Л. Верченко, В.Б. Кашин, Е.А. Лебедева, И.В. Данилин, Б.Н. Кузык, М.Л. Титаренко, среди китайских ученых выделяют Бао Оу, Чжан Байчунь, Чжоу Юй. Несмотря на достаточно пристальное внимание к данной ситуации, в настоящее время она остается актуальной в силу динамично развивающихся международных экономических отношений и нестабильности политической ситуации.

Цель исследования: изучить современное состояние отношений России и Китая, рассмотреть стратегические потребности двух стран, выявить конкретные предложения для поддержания взаимного сотрудничества.

Результаты исследования. К настоящему моменту отношения России и Китая характеризуются стабильностью. Официальный Пекин полностью привержен позиции России, отмечая, что основой взаимоотношений «...является доверие и дружба между нашими лидерами...» [5], а по возможности сотрудничество будет только улучшаться. Ведущим государствам необходимо, в первую очередь, создать принципиально новые отношения, которые будут основаны на доверии, укрепить контакты и связи на всех уровнях, стремиться сформировать рамки устойчивого сотрудничества, избегать проявления любой ненужной конфронтации и недобросовестной конкуренции. Вместе с этим, следует искать новые формы сотрудничества и в межгосударственном взаимодействии выбирать новый путь – путь диалога, а не противостояния, путь создания партнерств, а не блоков.

Существуют взаимные стратегические потребности, поскольку и Китай, и Россия хотят создать многополярный мир, в котором не доминируют США, тем более, что Китай сейчас сталкивается с угрозами со стороны возглавляемого США альянса в Азии. Эти две могущественные страны, хотя и преследуют разные цели в альянсе, являются грозной парой и могут изменить международную систему. Стратегическое партнерство между Китаем и Россией основано на высоком политическом доверии, на общих интересах двух стран. Все виды отношений между странами находятся под влиянием извне, и отношения между Китаем и Россией не являются исключением. Даже под внешним давлением, отношения между странами остаются стабильными в любом случае [6].

Китай по-прежнему зафиксирован на экономических вопросах и заинтересован в расширении торговли и инвестиций в Россию. Российское правительство, напротив, озабочено проблемами национальной безопасности и стремится восстановить своё глобальное влияние на международной арене за счет реформирования отечественной экономики и повышения ее конкурентоспособности. Несмотря на замедление, экономика Китая продолжает расти, идет создание спроса на природные ресурсы. Россия не смогла диверсифицировать свою экономику, которая по-прежнему во многом зависит от экспорта нефти, газа и природных ресурсов. Западные экономические санкции и резкое снижение цен на нефть опустошили российскую экономику, вынудив правительство искать альтернативные рынки в Восточной Азии и предложить крупные уступки в переговорах с Китаем. Китай имеет ряд сильных стимулов для дальнейшего укрепления своих отношений с Россией, охватывающих экономическое, военное и дипломатическое сотрудничество, и эти стимулы будут оставаться надежными в обозримом будущем, в то время как расходы для Китая останутся низкими [1].

Существует необходимость раскрыть выгоды сторон от взаимного сотрудничества, выявить уникальность регионов и убедиться, что интересы двух сторон совпадают. Регионы отличаются по своему экономическому потенциалу, промышленной структуре и имеющимся ресурсам. Важно, чтобы регионы благодаря своим качественным ресурсам использовали свои преимущества для достижения конкретных результатов и находили новые положительные моменты сотрудничества в развитии современного сельского хозяйства и инфраструктуры, а также затрагивали научно-технические инновации. К власти шли проекты "один пояс - один путь" и Евразийский экономический союз (ЕАЭС). Эти проекты предусматривают развитие инфраструктуры в интересах прогресса и процветания народов соответствующих стран и не направлены на разжигание насильственных конфликтов между народами и

беспорядков в мире. Их реализация способствует экономическому сотрудничеству между странами-участницами в соответствии с принятыми международными правилами и способствует взаимопониманию между народами.

Из всего вышесказанного можно определить несколько предложений для поддержания сотрудничества и устойчивых взаимоотношений между двумя странами [3]:

1. Способствовать внедрению, а далее - поддержанию практики двухсторонних визитов и совместных диалогов.

2. Ликвидировать недопонимание и развивать стратегическое доверие между Россией и Китаем.

3. Увеличивать значение рыночного регулирования в российско-китайском торговом и экономическом сотрудничестве.

4. Повышать качество торгово-экономического партнерства для расширения своих масштабов и улучшения качества товаров; способствовать развитию совместной деятельности в сфере производственных мощностей, новейших технологий, в сфере услуг и в других областях.

5. Уделить первостепенное внимание в рамках сопряжения инициативы «один пояс – один путь» с ЕЭАС не «дорожной карте», а взаимодействию проекта, вместе с этим наметить цель для реализации общих программ в контексте соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между Китаем и ЕАЭС. Более того, необходимо увеличить торговлю продукцией сельского хозяйства и обмен услугами за счет усиления открытости рынков РФ и Китая.

Выводы. Обе страны вступили в совершенно новый период национального государственного управления и развития. Расширяющееся сотрудничество и более широкие общие интересы позволяют совместно нейтрализовать внешние риски и вызовы, способствовать совместному развитию и подъему. Можно сказать, что зрелые, стабильные и здоровые китайско-российские отношения всеобъемлющего стратегического взаимодействия и партнерства представляют собой образец отношений между крупными мировыми державами в современном мире, важную силу сохранения мира и стабильности на планете, а также важный пример успешной внешнеполитической практики державы с китайской спецификой в новую эпоху. Ведущим мировым государствам необходимо придерживаться созидательных идей и толерантного подхода, сообща строить стратегические отношения нового типа. Это будет способствовать развитию не только в отдельной стране, но и во всем мире.

Список литературы:

1. Лузянин, С.Г. Россия и Китай: реализация повестки мира, развития и безопасности 2018 года / С.Г. Лузянин // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2018. – №23. – С.10-19.

2. Рыбкин, Р.Ю. Основные направления российско-китайского сотрудничества: история и современность / Р.Ю. Рыбкин // Управленческое консультирование. – 2018. – №3 (111). – С. 140-145.

3. РСМД - Россия и Китай: сотрудничество в новую эпоху. Итоги XIX съезда Коммунистической партии Китая и результаты президентских выборов в России, № 17, май 2018 г.

4. Межгосударственные отношения России и Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20180911/1528020611.html> (дата обращения 31.03.2019).

5. Российско-китайские отношения: прошлое, настоящее, будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bankstoday.net/last-articles/rossijsko-kitajskie-otnosheniya-proshloe-nastoyashhee-budushhee> (дата обращения 31.03.2019).

6. RIAC Russian–Chinese Dialogue: The 2018 Model [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/en/activity/publications/russian-chinese-dialogue-the-2018-model/> (дата обращения 03.04.2019).

7. The national interest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nationalinterest.org/feature/china-and-russia-strategic-alliance-making-38727> (дата обращения 03.04.2019).

Гладких В.Р., студентка
Васько Ю.С., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
nika.gladkih.98@mail.ru

РОЛЬ ОПЕК В РАЗВИТИИ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ

Актуальность. Экономическая политика стран-экспортёров нефти обладает не только существенным воздействием на международную экономическую систему, но в то же время, прямо пропорционально зависит от темпов её развития. Учитывая прогнозные данные экспертов, потребление энергетических ресурсов не снизится, а напротив будет возрастать, что станет причиной для последующего укрепления влияния стран ОПЕК на мировой арене.

Целью исследования является изучение влияния ОПЕК на мировой рынок нефти.

Результаты исследования. На современном этапе роль ОПЕК на мировом нефтяном рынке обусловлена тем, что организация является основным регулятором квот на добычу углеводородов. Секретариатом ОПЕК ежедневно рассчитываются цены на нефть, исходя из данных за предыдущий торговый день. Термин цена «корзины» ОПЕК определяется как средний арифметический показатель физических цен 13 сортов нефти, добываемой странами картеля.

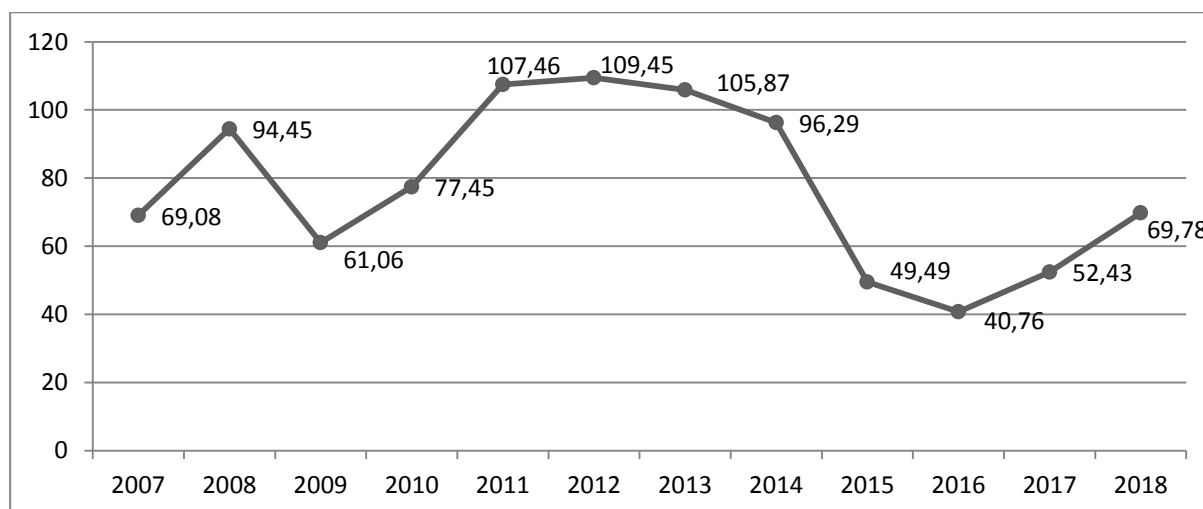


Рис. 1. Динамика цен «корзины» ОПЕК за 2007-2018 гг. [1]

На сегодняшний день нефть или как принято называть в современном обществе «черное золото» является одним из востребованных природных ресурсов. Ввиду этого, развитие международных экономических отношений, во многом зависит от объёма

поставок нефти на мировой рынок. В большинстве случаев, страны, владеющие большими запасами, должны иметь сильное влияние на торги для контроля над текущим собственным политическим и экономическим положением в мировой экономике.

Предпосылкой создания организации в середине 20-го века стал чрезмерный рост предлагаемой на мировом рынке нефти. Опираясь на собственные экономические интересы в период глобализации рынка нефти, страны основатели стремились к контролю имеющихся у себя ресурсов и их рациональному потреблению. Основная идея организации состоит в регулировании уровня цен на международном уровне, а также максимальный контроль над долей нефтедобычи и национального потребления. ОПЕК инвестирует большую часть полученного капитала в нефтяную отрасль. Организация воздействует на ценовой фактор нефти за счёт ряда объективных причин. Они представлены в табл. 1.

Таблица 1

Объективные причины воздействия картеля на ценовой фактор нефти [2]

Фактор	Результат	Распространение
Спрос и предложение на нефть	Цены на нефть могут варьировать в зависимости от спроса и предложения	Мировой рынок нефти
Валютный фактор	Снижение курса доллара приводит к понижению реальной стоимости нефти	Мировой рынок нефти
Налоговая политика государств	Высокий уровень налогов приводит к росту цен на нефтепродукты	Страны Западной Европы, Япония
Политическая нестабильность на Среднем Востоке	Относительно нестабильное взаимовлияние стран	Катар, Египет, ОАЭ, Ливия
Политика стран ОПЕК в отношении установления цен на нефть	Доминирующая роль предложения энергоресурса принадлежит ОПЕК, которая владеет примерно 80% от установленных резервов нефти	Мировой рынок нефти
Экзогенные факторы (скорость стабилизации цен после воздействия внешних факторов)	Наблюдается низкий показатель восстановления цен на добываемую нефть внутри стран-членов	Страны картеля

Страны, входящие в ОПЕК, владеют 81,89% всех разведанных мировых запасов нефти (рис. 2). Однако, невзирая на значительное влияние на мировой рынок нефти, ОПЕК производит всего 40% от объемов мировой добычи нефти.

Страны, не входящие в ОПЕК, а именно, Канада, Норвегия, Мексика, Китай, Россия и США, добывают около 60% нефти, но при этом их собственные запасы истощаются быстро. В итоге, в последние десятилетия все сильнее ощущается необходимость освоения альтернативных источников энергии.

Время от времени все-таки возникают трудности и организация не способна с ними справиться, несмотря на большое влияние на мировой рынок нефти. В современных условиях на мировом нефтяном рынке, активную роль играют также такие страны, как: США, Мексика, Россия и другие. С целью стабилизации цен на

нефть ОПЕК вынуждена считаться с этими странами, вести переговоры о сотрудничестве.

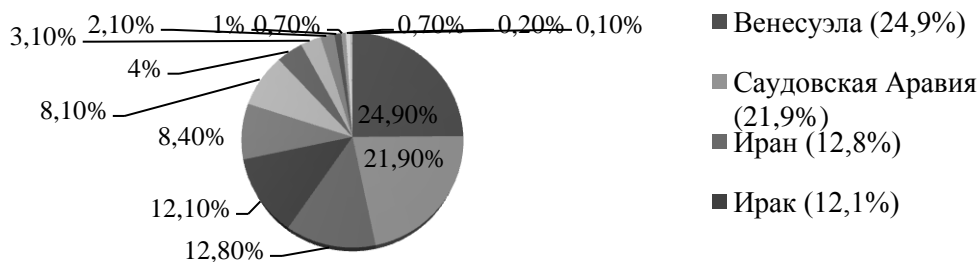


Рис.2. Доля стран ОПЕК в мировом запасе нефти [3]

Выводы. На мировом рынке нефти значительное воздействие в установлении цен, уровне добычи и степени использования мощностей оказывает Организация стран-экспортёров нефти. На данный момент роль стран ОПЕК состоит в создании совместной политики государств-членов для установления справедливых и стабильных цен на нефть и нефтяные продукты. Неясность в развитии мировой энергетики является ключевым фактором неопределённости перспектив дальнейшего влияния организации. Поскольку в случае достижения существенных успехов в использовании новых источников энергии, таких как гелиоэнергия, атомная энергия и т. д., возможно снижение роли нефти на мировой арене, а это в свою очередь уменьшит воздействие организации на рынок нефти. Тем не менее, по прогнозам международных организаций, позицию главного энергоресурса нашей планеты нефть сохранит на будущие десятилетия.

Список литературы:

1. OPEC Basket Price. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.opec.org/opec_web/en/data_graphs/40.htm (дата обращения 02.04.2019).
2. Ахлатян З. С. Влияние стран ОПЕК на мировом нефтяном рынке в современных условиях // Молодой ученый. – 2017. – №7. – С. 210-216. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/141/39717/> (дата обращения 09.04.2019).
3. OPEC Share of World Crude Oil Reserves [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.opec.org/opec_web/en/data_graphs/330.htm (дата обращения 09.04.2019).
4. Рынок нефти в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/analysis/article-200223537> (дата обращения 09.04.2019).

Гируцкая А.В., студент
Васько Ю.С., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
gerutskay26@mail.ru

МИРОВОЙ РЫНОК ЗОЛОТА. МИРОВЫЕ ЛИДЕРЫ И ЦЕНОВАЯ ДИНАМИКА ЗОЛОТА

Актуальность изучения мирового рынка золота заключается в том, что в условиях нестабильности мировой экономики важное значение приобретает рассмотрение золота в качестве наиболее надежного инвестиционного инструмента.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы мирового рынка золота рассматривались во многих работах российских и зарубежных ученых, в частности Паушева Т.Е., Кириленко К.И., Никулин А.А., Кафтулина Ю.А., Ахунова А.Ч., и др.

Цель исследования: изучить рынок драгоценного металла – золота.

Результаты исследования. Золото считается одним из основных компонентов мировой финансовой системы, потому что этот металл не подвластен коррозии, имеет не мало сфер технического применения, а запасы его невелики. Золото сохраняет свою ценность веками, в отличие от бумажной валюты, монет или других активов. Для людей золото — это способ передать и сохранить свое богатство для другого поколения.

Все больше инвесторы интересуются золотом, из-за резкого роста цен интерес к золоту, как к средству сбережения капитала сильно возрос. Это вызвано тем, что мировая резервная валюта – доллар США, до этого относительно стабильная, с годами внушает все меньшее доверие.

Главные международные рынки золота находятся в Лондоне и Цюрихе. Золотой запас используется фактически всеми странами мира как страховой и резервный фонд и это является главной особенностью этого рынка. Также из-за этой причины перспективы развития рынка безграничны. К примеру по данным Всемирного Совета по Золоту в 2018 году золотой запас стран мира составил 33,053 тыс. тонн.

Мировой рынок золота работает круглосуточно, не прекращая работу ни на минуту. Открываются рынки Дальнего Востока, Новой Зеландии, далее по часовым поясам подключаются Сидней, Токио, Гонконг, Сингапур, а заканчивается день в Нью-Йорке. В настоящее время функционируют свыше 50 рынков золота по всему миру (в Азии 19 рынков, в Америке – 14, в Европе – 11, в Африке – 8). [3]

В таблице 1 представлены мировые лидеры по запасу золота

Таблица 1

Топ-10 стран с крупнейшими запасами золота на март 2019 года [5]

Место	Часть мира	Название страны	Резерв золота, тонн	Процент от валютных резервов
1	Северная Америка	США	8133,5	75,0
2	Европа	Германия	3369,7	70,6
3	Европа	Италия	2451,8	66,9
4	Европа	Франция	2436,0	60,8
5	Страны бывшего СССР	Россия	2119,2	18,9
6	Восточная Азия	Китай	1864,3	2,5
7	Европа	Швейцария	1040,0	5,6
8	Восточная Азия	Япония	765,2	2,5
9	Европа	Нидерланды	612,5	65,7
10	Восточная Азия	Индия	607,0	6,4

Как видно из таблицы, бесспорным лидером по запасу золота, являются США. Однако не всё это золото - собственность страны. На хранении в США находятся золотые запасы более 60 государств. Существование реального золотого запаса США постоянно подвергается сомнениям. В основном это связано с событием, когда Америка вернула Германии золотые слитки, которые после проверки оказались совсем иным, нежели отдавалось на сохранение. Скандал такого рода является неоднократным. Но даже после этого нельзя сделать вывод о том, есть ли реальные золотые запасы у Америки и каково их количество [1].

При рассмотрении цен на золото можно отметить, что фиксинг проводит London Gold Market Fixing Limited. Этот процесс проходит два раза в день: утренний фиксинг в 10:30, а вечерний фиксинг в 15:00. Данная операция проводится представителями 5 крупнейших мировых банков, являющихся членами ассоциации участников золотого рынка (HSBC, Deutsche Bank, Scotia Mocatta, Societe Generale, Barclays Capital) [2].

На рисунке 1 отражена динамика цен на золото.

Как видно из рисунка 1 весь 2015 год цена на золото снижалась и в конце января был максимальный обвал мирового рынка золота, и цена на золото достигла 1060,5 \$. Далее цена на золото возросла, и наблюдался, то рост, то падение цен. По состоянию на начало марта 2019 года котировки драгоценного металла находятся в районе отметки 1291,6 \$.

На мировом рынке ожидается возрастание цены на золото в 2019 году. Прогноз основан на заметном увеличении спроса на драгоценный металл. Этому способствует нестабильная ситуация в США, события в Северной Корее и новые санкции против Ирана.

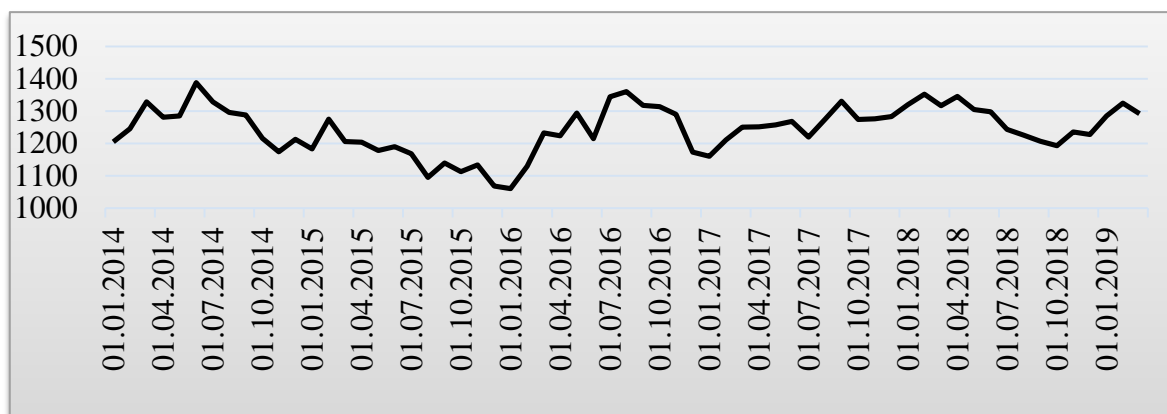


Рис.1 . Динамика цен на золота (в долларах за тройскую унцию) за 2014-2019 годы [6]

Многие рассматривают золото как спасательный инструмент, который можно использовать для защиты своего капитала — ведь его стоимость никогда не упадет «в ноль».

По данным WGC (World Gold Council) в 2019 году инвесторы продолжают отдавать предпочтение золоту в качестве эффективного средства диверсификации и защиты от системного риска. Тем более что риск и неопределенность будут постоянно увеличиваться

В СМИ появилось большое количество информации о том, что 29 марта 2019 года вступают в силу новые правила, предусматривающие переоценку золота в составе активов и собственного капитала банков. Считали, что золото, относящееся к третьей категории капитала, где оценивалось в 50% от рыночной цены желтого металла, будет переведено в первую категорию, где будет оцениваться 100% рыночной цены. Но после 29 марта ничего в мире золота не произошло. Валентин Катасонов писал в своей статье: «Если это правило не было введено 29 марта 2019 года, оно может появиться в любой другой момент. Многие банки ждут этого события. А из них многие, не дожидаясь введения нового правила, уже прикупают золото. Тем более что пока его цена подозрительно низкая».

Медленно, но реванш золота, его возвращение в мир денег наблюдается, можно не сомневаться, что правило по 100 % оценке золота банками появится.

Выводы. На основании проведенного анализа можно отметить, что интерес к данному драгоценному металлу не исчезнет. Экономическая нестабильность на

мировой арене заставляет приобретать более устойчивый к изменениям материальный ресурс и спрос на золото повышается.

Прогноз западных аналитических компаний на ближайшие десятилетия не благоприятен. Говорится о том, что всего через 50 лет запасы золота, которые располагаются на суше, будут исчерпаны, традиционный способ добычи металла скоро станет не эффективным. И за счет этого увеличивается цена на драгоценный металл.

Список литературы:

1. Современные рынки золота: мировые лидеры и ценовая динамика золота [Электронный ресурс] / Лютикова Ю.В. [и др.] // Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 105-108. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32157607> (дата обращения 29.03.2019).

2. Красавина, Л.Н. Международные валютно - кредитные отношения. / Л.Н. Красавина. – М.: Юрайт, 2016. – С.334-342.

3. Мировой рынок золота и его перспективы-2017. [Электронный ресурс] / И.В. Сурина, Е.К. Доценко, А.С. Харламова. – Режим доступа: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2017/12/financeandcredit/Syrina_Docenko_Kharlamova.pdf (дата обращения 29.03.2019).

4. Ниязбекова, Ш.У. Мировой рынок золота: особенности, добыча, перспективы [Электронный ресурс] / Ш.У. Ниязбекова, К.Г. Буневич // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2017. – № 4 (41). – С. 50-55. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30737413> (дата обращения 29.03.2019).

5. World official gold holdings / World Gold Council. – Goldreporter.de, 2019. – Режим доступа: <https://www.goldreporter.de/wp-content/uploads/2019/0> (дата обращения 29.03.2019).

6. Цены на золото comex.GC в долларах США за тройскую унцию на сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.yandex.ru/quotes/10.html> (дата обращения 29.03.2019).

Горбокоть Б. В., студент
Кравченко В.А., к. э. н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
bargorbokon@gmail.com

МИРОВОЙ РЫНОК СИСТЕМ ENTERPRISE RESOURCES PLANNING: СТАТИСТИКА И ТЕНДЕНЦИИ

Актуальность исследования. Для современной мировой экономики характерно присутствие электронной среды, как итога становления массовых информационных и коммуникационных технологий, и все увеличивающегося количества предприятий, которые задействуют превосходства данной среды в своей деятельности. Зачастую уровень использования новых технологий предпринимателями определяет уровень получаемой ими прибыли, а также их позиции, как на внутреннем, так и на мировом рынке. Положительная статистика от внедрений новых технологий усиливает интерес к ним, в частности, это отражается на мировом рынке ERP.

Анализ последних исследований и публикаций. Консалтинговая компания Panorama Solutions и деловой портал TAdviser ежегодно публикуют исследования международного рынка ERP, по результатам которых прослеживается тенденция

увеличения спроса на ERP на уровне малого и среднего бизнеса. Такие ученые, как А. А. Григорьев, Н. В. Колос, О. А. Савина, С. О. Слеповичев, показали и исследовали важность данной темы.

Цель исследования: исследование основных тенденций на мировом рынке ERP, определение основных преимуществ их внедрения и разработка практических рекомендаций в области интеграции ERP систем.

Объект исследования: процесс внедрения систем Enterprise Resources Planning, как необходимого условия для организации предприятий на современном этапе.

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты интеграции ERP систем на основании статистики и тенденций мирового рынка.

Результаты исследования. В условиях глобализации и интеграции для повышения эффективности использования корпоративных ресурсов перед предприятиями возникает задача оптимизации как внутренних бизнес-процессов, так и взаимоотношений с партнерами. Принимая во внимания факт того, что предприятия могут находиться в разных регионах, использование всемирной сети интернет позволяет существенно облегчить и ускорить процесс обмена информацией между предприятиями [2].

Ядром автоматизированной структуры информационного обмена является корпоративная информационная система Enterprise Resources Planning (ERP) [2] – программный комплекс, ориентированный на обработку данных, описывающих деятельность объекта для решения задач по оперативному планированию и управлению производством, обслуживанию клиентов в режиме реального времени [1].

Концепция ERP сформулирована в 1990 году аналитиком Gartner Ли Уайли как видение развития методик MRP II (стратегии производственного планирования) и CIM (способа обмена информации между несколькими участниками). Он предрекал появление тиражируемых многопользовательских систем, которые обеспечивают управление всеми ресурсами предприятия, относящихся не только к основной деятельности организации, но и объединяющих посредством общей модели данных данные о производстве, закупках, сбыте, финансах, кадрах. В начале – середине 1990-х годов появилось несколько успешных тиражируемых ERP-систем для крупных организаций, наиболее известные – разработки компаний Baan, Oracle, PeopleSoft, SAP, JD Edwards, сформировался рынок услуг по внедрению ERP-систем с участием компаний большой четвёрки (Deloitte Touche Tohmatsu, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young и KPMG), в 2000-е годы произошла консолидация поставщиков, появилось значительное количество ERP-систем для малого и среднего бизнеса, наиболее известными поставщиками которых стали Sage Group и Microsoft [6].

Основополагающим принципом ERP является то, что все бизнес-процессы, вне зависимости от функциональной и территориальной разобщенности мест их возникновения и прохождения, объединяются в единую цепь, к которой есть доступ в любой момент [6] – создается единый документооборот, централизованная база данных. Тенденции в развитии данных систем стали развиваться по пути увеличения их функциональности. Современные ERP системы могут быть внедрены практически на любом предприятии, любой сферы деятельности и любого масштаба [3].

По результатам исследования консалтинговой компании Rapogama, проводимого среди 237 организаций по всему миру, самые популярные причины внедрения ERP систем в 2018 году: желание повысить эффективность бизнес-процессов (64%), стремление к расширению стека клиентов (57%) и к повышению качества их обслуживания (54%) [4].

За рубежом самыми популярными являются решения компаний Oracle (16%) и SAP (15%), а основную долю заказчиков на ERP интеграцию составляют представители

промышленного сектора. Заметна тенденция увеличения спроса на комплексные системы автоматизации управления и учета среди предприятий из сфер профессиональных услуг и госсектора. В 2018 году большинству организаций пришлось дорабатывать стандартные ERP решения на 26-50%, в прошлом году этот показатель составлял 16%. Это объясняется увеличением числа крупных клиентов. Чем больше компания, тем сильнее она нуждается в расширении типового функционала для сохранения своих преимуществ на рынке. При этом, большинство предприятий выбирает чаще всего вариант дописывания кода программы, нежели изменение своего привычного способа работы, но бывает и наоборот [4].

В России лидируют 1С и SAP. По данным аналитического центра TAdviser, наиболее популярным в 2017 году являлся продукт 1С: зарегистрировано 167 проектов, что составляет 31% российского рынка. Однако по объемам привлеченных денежных средств лидировало немецкое решение SAP. За период с 2005 по 2017 год наибольшее количество внедрений систем ERP было отмечено в сфере торговли. Основным трендом и причиной внедрения ERP остается импортозамещение. Следующими по значимости причинами являются цифровизация и кадровый голод [5].

Тенденция перехода компаний в облако отмечается специалистами как в России, так и во всем мире. Согласно отчету Panorama, в 2018 году компании предпочитают разворачивать ERP системы в облаке: on-premise вариант используют 15%, а облачный – 85%. В 2017 году было 67% и 33% соответственно. [4] Облачные решения особенно привлекательны для начинающих предприятий, так как облачная версия ERP по подписке позволяет сэкономить на покупке самого программного обеспечения и услугах внедрения.

На двух заводах «Волгабурмаш» самарский филиал «1С-Парус» внедрил новую ERP систему, развернутую на 400 рабочих местах. По итогам, сроки выполнения заказов сократились почти вдвое – с 10-16 до 8 недель. Аналогичная система была использована для российского разработчика и поставщика высокоточного вооружения морского и авиационного базирования «ГНПП Регион». Были автоматизированы: оперативных учет, снабжение, бухгалтерский и налоговый учет, казначейство, управленческий учет. Всего было автоматизировано более 100 рабочих мест. [5]

В 2018 году около половины предприятий окупили стоимость внедрения ERP в течение трех лет. Большинству удалось добиться от 51% до 80% прогнозируемых бизнес-эффектов внедрения ERP. Причем, зачастую, первая отдача была получена уже в течение 13-18 месяцев после запуска систему в промышленную эксплуатацию. Около 80% компаний сумели повысить доступность информации (рис. 1.) [4].

Выводы. Исходя из проведенного исследования, становится ясным то, что использование ERP в управлении современным предприятием позволит оптимизировать бизнес-процессы как внутри предприятия, так и для организации межфирменных взаимодействий. Потребности и приоритеты компаний за последние годы сместились в сторону цифровизации. Кадровый голод стал еще одним весомым фактором, который стимулирует развитие рынка ERP. Нехватка персонала вынуждает предприятия к поиску возможных способов автоматизации и попыткам заменить человека там, где требуется выполнение стандартизированных операций. Анализируя последние тенденции на мировом рынке ERP, можно отметить, что все больше набирает популярность переход на облачные сервисы.



Рис. 1. Процент компаний, достигнувших следующих преимуществ

Список литературы:

1. Григорьев, А. А. Характеристика, структура, организация систем управления ERP, ERP II и ERP III / А. А. Григорьев, В. А. Титов // *Фундаментальные исследования*. – 2017. – № 2. – С. 48-51.
2. Колос, Н. В. Оптимизация бизнес-процессов на основе интеграции ERP-систем и систем электронной коммерции / Н. В. Колос // *Вестник Белгородского университета потребительской кооперации*. – 2009. – № 2(30). – С. 103-107.
3. Слеповичев, С. О. Сравнительный анализ информационных систем «1С:ERP Управление предприятием 2» и «SAP ERP» / С. О. Слеповичев, Ю. Н. Косников, Г. В. Бобрышева // *Информационные технологии в моделировании и управлении: подходы, методы, решения*. – Пенза, 2017. – С. 550-554.
4. Panorama Consulting Solutions: Panorama's 2018 ERP report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://u.to/UoYUFQ> (дата обращения 05.04.2019).
5. TAdviser: ERP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/ERP> (дата обращения 05.04.2019).
6. Википедия: ERP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ERP> (дата обращения 05.04.2019).

Грицаюк В.Ю., студентка

Пилипенко В.В., старший преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

lera.gritsayuk@mail.ru

АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИТАЯ

Актуальность. Геополитическая позиция КНР, а также ее быстро растущая экономика остаются актуальной темой и по сей день. После начала политики реформ и открытости Китай начал полностью развивать торговлю с зарубежными странами и установил торговые отношения с подавляющим большинством стран и регионов мира. Тем не менее, Китай все еще является развивающейся страной.

Анализ исследований и публикаций. Данная тема широко представлена в исследованиях китайских экономистов: Линь Ифу, Ху Аньган, Чжоу Югуан, и также в работах российских ученых Цвигун И.В., Суходолов Я.А.

Цель исследования. Предложите пути ускорения строительства модернизации и изменения отсталого облика, ускорения экономического развития и укрепления всестороннего могущества страны на основе анализа международного сотрудничества Китая.

Основные результаты исследования. Привлечение иностранного капитала, общий объем которого составил 1,2 трлн. \$ за 1985-2017 гг. свидетельствует об интенсификации процесса экономического развития КНР. Китай является одним из крупнейших получателей иностранного капитала в мире.

На современном этапе количество торговых партнеров Китая составляет более 230 стран и регионов. ЕС, США, АСЕАН, Япония, страны БРИКС и другие стали основными торговыми партнерами Китая. После вступления в ВТО торговля Китая вступила в новый период развития, ее масштабы стали быстро расширяться, структура была оптимизирована, так что Китай оказался в числе ведущих стран с точки зрения торговли услугами [1].

Увеличение дисбаланса внешней торговли и усиление негативной тенденции, приводящей к снижению внешней торговли страны, определяют характерные особенности развития китайской внешней торговли в 2017 году.

Темпы прироста товарооборота к 2016 г. упали на 11,4 процентных пункта, а также темп прироста экспорта снизился на 8,9 процентных пункта, а импорта – на 14,5 процентных пункта. Положительное сальдо торгового баланса равняется 594,5 млрд. долл. или 15,01% общего товарооборота на 2017 г., против 8,9 % в 2016 г. [1; 3].

Таблица 1

Сведения о товарообороте между Китаем и основными регионами мира

Регионы	Доля в обороте Китая, %		Доля в экспорте Китая, %		Доля в импорте Китая, %	
	2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.
Страны Азии	52,79	52,50	60,25	50,22	55,10	56,54
Страны Европы	17,90	17,50	18,80	17,62	17,34	17,26
Северная Америка	14,18	15,25	17,94	19,38	9,18	10,41
Латинская Америка	6,04	6,00	5,98	5,72	6,63	5,95
Африка	5,11	4,50	4,70	4,84	5,61	4,16
Океания	3,72	3,25	1,70	2,20	5,61	4,74

Можно сказать, что крупнейшими внешнеторговыми партнерами Китая в 2017 году были азиатские страны, на которые пришлось 2095,63 млрд. долларов. Более 600 миллиардов долларов приходится на страны Европы и Северной Америки, 236,54 миллиарда долларов для Латинской Америки, более 100 миллиардов долларов для Африки и Океании.

Региональная структура общего оборота КНР характеризовалась небольшим уменьшением доли стран Азии, Европы, Латинской Америки, Африки и Океании, а также увеличением доли только в Северной Америке [2].

Таблица 2

Товарооборот Китая с основными внешнеторговыми партнерами в 2017 г.

Страны	Стоимость, млн. долл.			Прирост, %		
	Товарооб.	Экспорт	Импорт	Товарооб.	Экспорт	Импорт
Всего	3958643,94	2276574,20	1682069,74	-8,0	-2,8	-14,1
США	558385,06	409648,33	148736,72	0,6	3,4	-6,5
Гонконг	344334,46	331567,21	12767,24	-8,5	-8,7	1,2
Япония	278664,11	135677,08	142987,02	-10,8	-9,2	-12,2
Р. Корея	275899,07	101380,86	174518,19	-5,0	1,0	-8,2
Тайвань	186560,13	44904,91	143655,22	-4,9	-3,0	-5,5
Германия	156798,29	69175,52	87622,77	-11,8	-4,9	-16,6
Австралия	113979,70	40336,99	73642,71	-16,7	3,0	-24,6
Малайзия	97359,77	44059,50	53300,28	-4,6	-4,9	-4,2
Вьетнам	95818,73	66142,77	29675,95	14,6	3,8	49,1
Сингапур	79668,72	52112,27	27556,44	-1,0	6,5	-10,6
Англия	78538,78	59602,16	18936,63	-2,9	4,3	-20,2
Бразилия	71597,39	27430,52	44168,87	-17,3	-21,4	-14,5
Таиланд	75477,72	38308,20	37169,51	3,9	11,7	-3,0
Индия	71636,95	58254,23	13382,72	1,5	7,4	-18,2
Голландия	68270,60	59477,57	8792,44	-8,1	-8,4	-5,9
Россия	68065,15	34801,39	33263,76	-28,6	-35,2	-20,0
Канада	55694,42	29442,60	26251,82	0,9	-1,9	4,2
Индонезия	54238,12	34349,90	19888,21	-14,6	-12,1	-18,8
Франция	51432,23	26766,22	24657,01	-7,8	-6,7	-8,9
Италия	44692,85	27837,85	16854,99	-7,0	-3,2	-12,6

В 2017 году наблюдается тенденция к снижению темпов роста товарооборота Китая, что характерно и для большинства его крупнейших партнеров. Ситуация в торговле КНР с АСЕАН (-1,7%) и США (0,6%) выглядит более позитивно, чем с другими партнерами, например, торговля с ЕС снизилась на 8,2%, с Японией - на 10,8%, с Республикой Кореи - на 5,0%.

Объем обычной торговли товарами в 2016 г. составил 2 138,88 млрд. долл. Экспорт увеличился на 1,0% до 1 215,70 млрд. долл., импорт сократился на 16,8% до 923,19 млрд. долл. [3].

Заметно сократился внешнеторговый оборот в рамках толлинговой торговли, а также сократился экспорт до 797,79 млрд. долларов. Импорт сократился до 447,00 млрд. долларов. В общей сложности они составили 350,79 млрд. Долл. США, что привело к положительному сальдо в рамках этой торговой формы.

Таблица 3

Основные показатели по формам торговли

Формы торговли	Декабрь 2017 г.		Январь-декабрь 2017 г.	
	Объем, млрд. долл.	Прирост, %	Объем, млрд. долл.	Прирост, %
Экспорт				
Общий объем	223,68	-2,9	2274,95	-2,9
В том числе:				
Обычная торговля	116,97	1,0	1215,70	+1,0
Толлинговая торговля	77,93	-10,9	797,79	-8,6
Импорт				
Общий объем	164,29	-7,4	1681,95	-14,2
В том числе:				
Обычная торговля	89,30	-7,3	923,319	-16,8
Толлинговая торговля	42,06	-17,2	447,00	-11,4

Таблица 4

Основные группы товаров экспорта и импорта Китая за 2017г.

Основные товары экспорта	%	Основные товары импорта	%
машинно-техническая продукция	50,22	машины и оборудование	46,6
химические товары	8,10	минеральные энергоресурсы	11,9
текстильные и трикотажные	8,37	химическая продукция	9,5

По итогам года международной торговли услугами КНР составил 713,0 млрд. долл., в том числе экспорт – 288,19 млрд. долл., импорт – 424,81 млрд. долл. Отрицательное сальдо уменьшилось до 136,62 млрд. долл. [4].

Выводы. Подводя итог, можно сказать, что внешняя торговля в сочетании с внутренними инвестициями и потреблением стала тремя основными двигателями быстрого роста китайской экономики, хотя Китай все еще является развивающейся страной из-за высокой зависимости импорта от товаров и сырья для промышленного использования: металлы, резина, целлюлоза, химические продукты. Однако произошли важные сдвиги в товарной структуре экспорта. Это значительно увеличило долю готовой промышленной продукции. Доля инвестиций в КНР растет с каждым годом.

Список литературы:

1. Агентство Синьхуа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://china.offshoremannual.ru> (дата обращения 06.04.2019).
2. Информационно-аналитический портал «Бизнес в Китае» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.asia-business.ru/lenta/china>. (дата обращения 06.04.2019).
3. Китай. О стране. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ved.gov.ru/exportcountries/cn/about_cn/ (дата обращения 06.04.2019).
4. Мозиас, П. Внешнеторговая политика Китая после присоединения к ВТО / П. Мозиас, В. Яковлева // Мировая экономика и международные отношения. – М: Российская академия наук. – 2009. - №12. – С. 64-68.

Давыдов Д.А., студент

Кравченко В.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

lourensiy97@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Актуальность темы. На текущий момент состояние мировой экономики характеризуется активными процессами перемещения капитала между странами в форме прямых иностранных инвестиций. ПИИ играют важную роль в развитии, как в мировой экономики, так и в отдельно взятой стране. Привлечение ПИИ является одним из факторов преодоления негативных тенденций в экономике любой страны.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию тенденций на международном рынке прямых иностранных инвестиций посвящен труд такого ученого, как Типанов В.В.

Цель исследования: исследовать тенденции на международном рынке прямых иностранных инвестиций.

На современном этапе развития мировой экономики все больше возрастает роль международного движения капиталов, в первую очередь ПИИ. Характерной чертой международного рынка ПИИ, является его нестабильность (рис 1.).

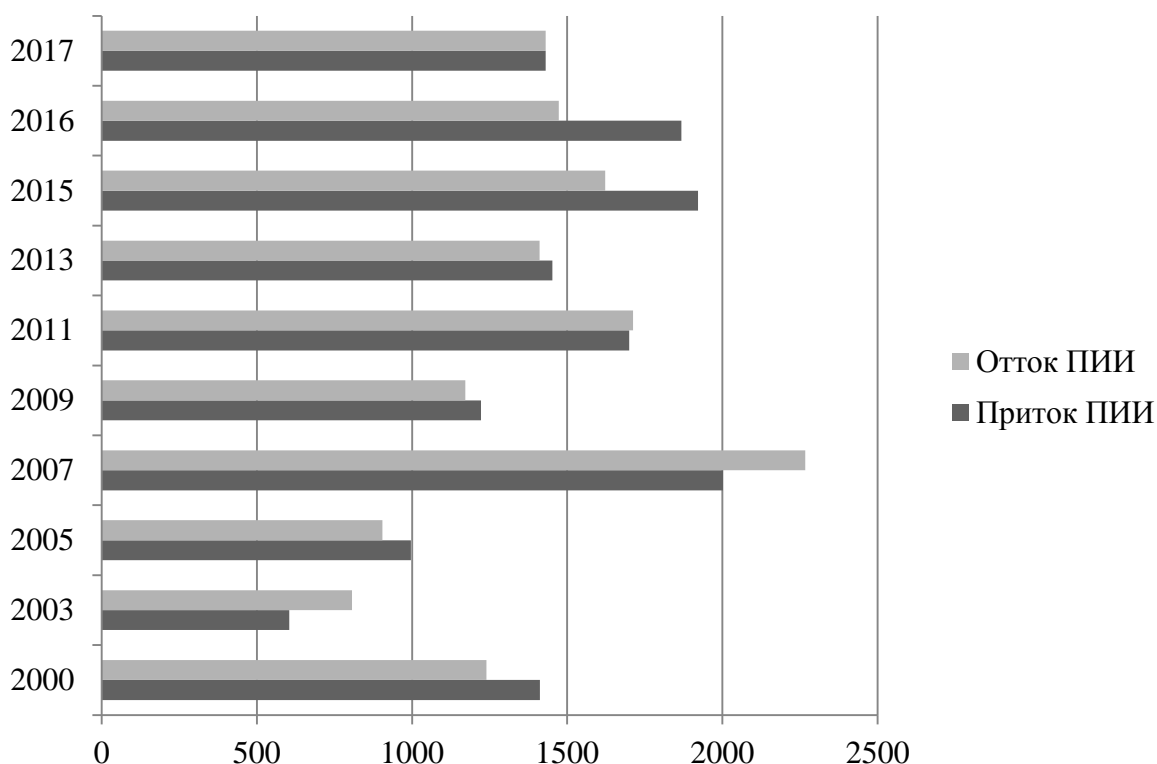


Рис. 1. Динамика притока и оттока глобальных ПИИ, 2000-2017 гг., млрд. долл. США (составлено автором по данным [2])

В 2000-е года наблюдалась нестабильность в движении глобальных ПИИ. Это явилось следствием кризисных явлений в мировой экономике. Стоимостной максимум был достигнут в 2007 году, последнем предкризисном году, и до настоящего времени этот уровень пока не превзойден. В 2017 году общемировой объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) сократился на 23%, составив 1,43 трлн. долл. США против 1,87 трлн. долл. США в 2016 году. Данное снижение совершенно не вписывается в динамику других макроэкономических показателей, таких как ВВП и объем торговли, которые в 2017 году существенно возросли. Падение было, отчасти, обусловлено снижением чистого стоимостного объема трансграничных слияний и поглощений на 22%. Но даже без учета крупных разовых сделок и реструктуризации корпораций, благодаря которым резко возросли объемы ПИИ в 2016 году, снижение в 2017 году остается весьма значительным.

Сократился приток ПИИ в развитые страны и страны с переходной экономикой, в то время как в развивающиеся страны ПИИ поступали по-прежнему стабильно. В результате в общемировых потоках ПИИ в 2017 году росла доля развивающихся стран, составившая 47% от общего объема ПИИ против 36% в 2016 году. Приток инвестиций

в развитые страны упал более чем на треть – до 712 млрд. долл. США (рис. 2). В значительной мере падение объясняется снижением с высокого уровня предыдущего года, который был достигнут в результате трансграничных слияний и поглощений и реструктуризации корпораций.

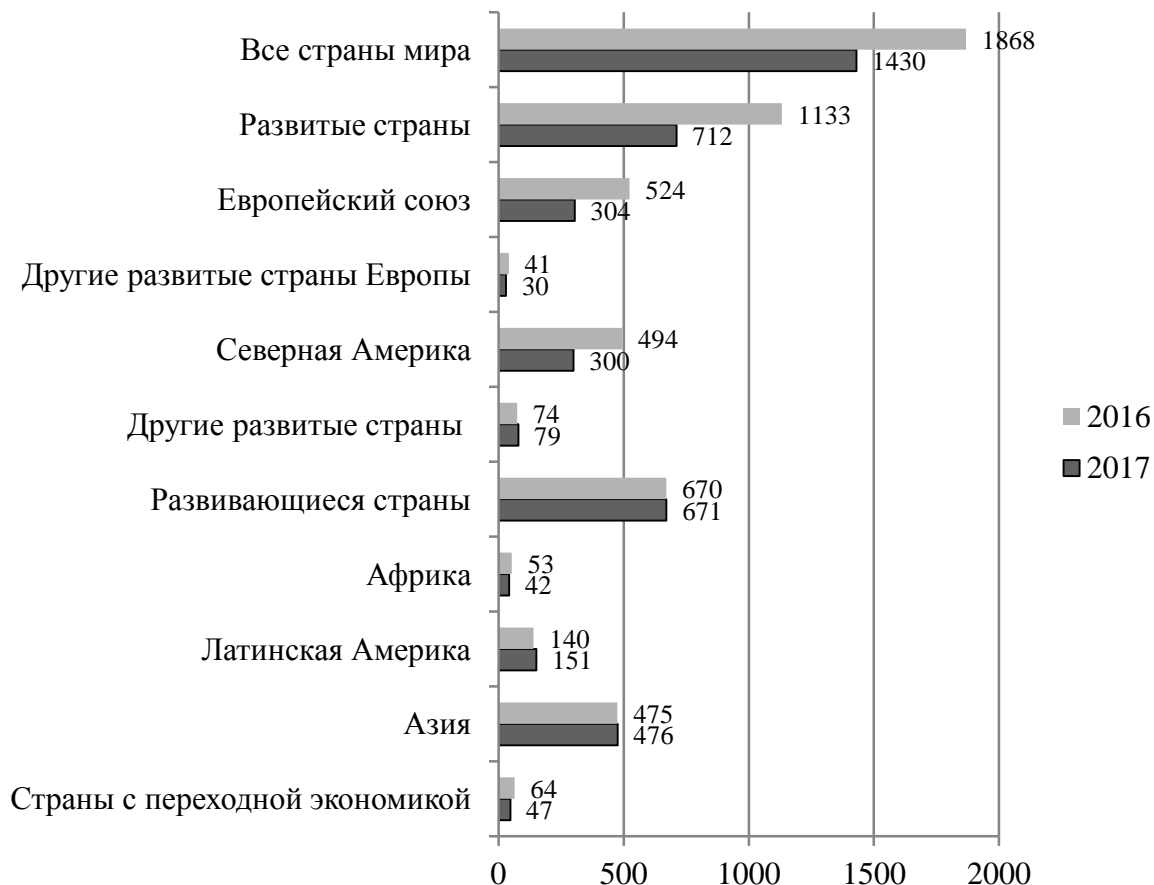


Рис. 2. Приток ПИИ в разбивке по регионам в мире, 2016-2017 гг., млрд. долл. США (составлено автором по данным [2])

В 2017 году приток ПИИ в Африку упал по сравнению с 2016 годом до 42 млрд. долл. США, т. е. на 21%. В результате последствий падения цен на сырье приток ПИИ сократился, особенно в странах, являющихся крупными экспортерами сырья.

Потоки ПИИ в развивающиеся страны Азии в 2017 году оставались на уровне 2016 года (476 млрд. долл. США).

В 2017 году Россия заняла 14 место в списке крупнейших реципиентов ПИИ в мире и 11 место в списке крупнейших инвесторов в мире. Приток ПИИ упал на 32% по сравнению с 2016 годом и составил 25 млрд. долл. США, в то время как отток снизился на 25% и составил 27 млрд. долл. США. Это снижение показателей обусловлено мировыми тенденциями на рынке, низкими ценами на сырье, а также санкционной политикой западных стран по отношению к России.

Из данных, приведенных в рис. 3 следует, что США по прежнему являются лидерами по притоку и оттоку ПИИ, а Россия, несмотря на то, что играет весомую роль на рынке ПИИ, существенно отстает от лидеров рынка.

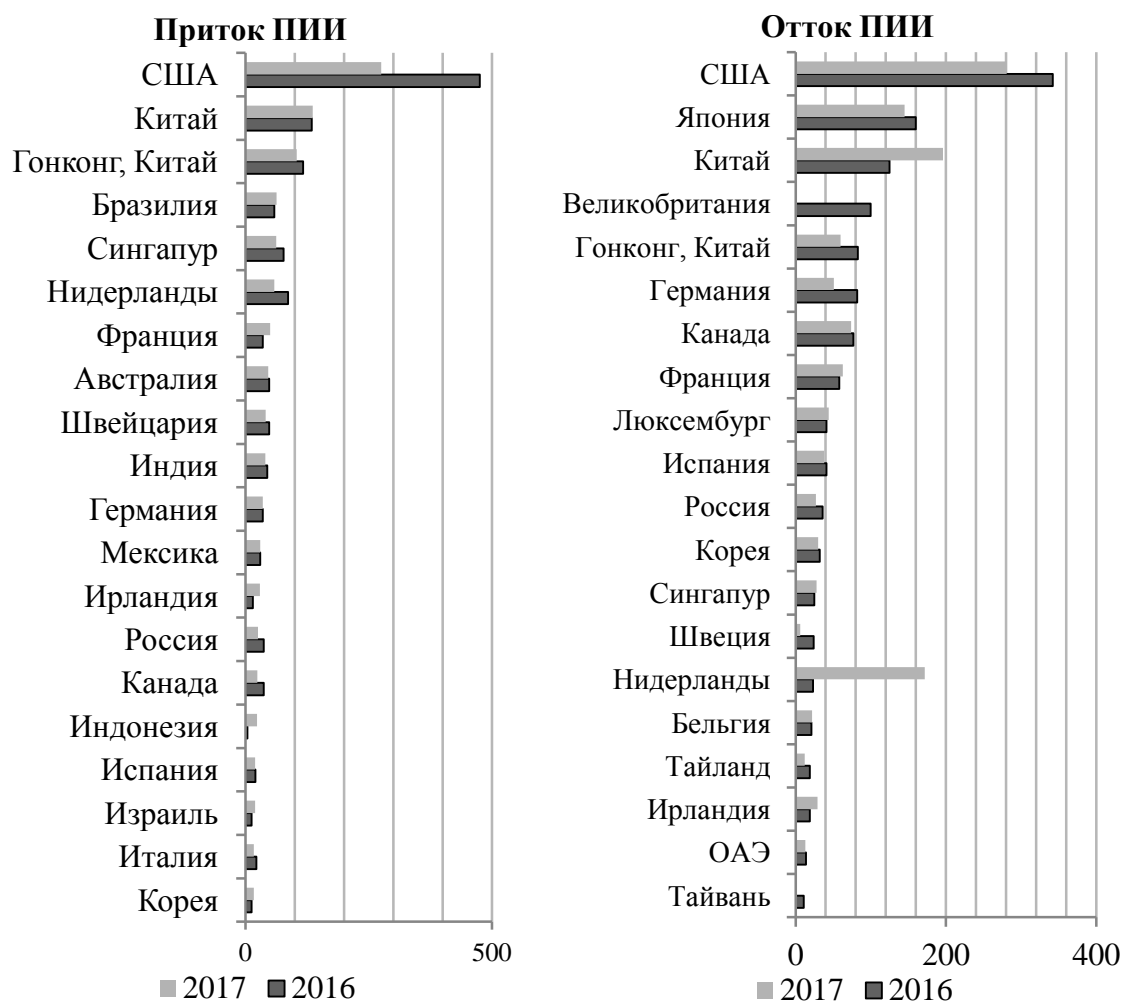


Рис. 3. Приток и отток ПИИ по странам, 2017 г., млрд. долл. США (составлено автором по данным [1, 2])

Выводы. В настоящий момент наблюдается тенденция снижения потоков ПИИ практически во всех регионах мира, в том числе и в России. Для преодоления этой негативной тенденции странам необходимо следить за тем, чтобы инструменты их инвестиционной политики отвечали современным требованиям, используя для этого такие, в частности, средства, как переориентация инвестиционных стимулов, применение новых инструментов поощрения и упрощения процедур инвестиционной деятельности и разработка продуманных механизмов контроля иностранных инвестиций.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 01.04.2019).
2. Официальный сайт Конференции ООН по торговле и развитию UNCTAD World Investment Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unctad.org> (дата обращения 01.04.2019).
3. Типанов, В.В. Прямые иностранные инвестиции: тенденции и перспективы развития / В.В. Типанов // Вестник финансового университета. – 2013. – С. 82-91.

Демьяненко Д.А., студент
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
demyanenko-dmitriy@list.ru

РАЗВИТИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН И ИХ РОЛЬ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Актуальность. Особые экономические зоны – это один из главных способов по привлечению прямых иностранных инвестиций в экономическую деятельность страны. Особые экономические зоны являются неотъемлемой составляющей мировой экономической системы на современном этапе её развития, которые являются фактором быстрого экономического роста путём активизации международного товарооборота и обмена информацией и технологиями, а также привлечением инвестиций и углублением интеграционных процессов в экономику. Поэтому актуальность выбранной темы обусловлена не только массовым распространением особых экономических зон и их влиянием на уровень развития экономики страны, но и тем, что в условиях финансового кризиса эти зоны могут стать одним из самых эффективных инструментов государственной антикризисной политики.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием и классификацией особых экономических зон в мировой экономике занимались такие учёные, как Приходько С.В., Воловик Н.П., Ушаков В.В., Авдокушин Е.Ф. и др.

Цель исследования – исследование теоретических основ в значении особых экономических зон в мировой экономике на современном этапе её развития и разработка практических рекомендаций в области ОЭЗ как инструмента регионального развития и инструмента социально-экономической политики страны.

Предмет исследования – теоретические, статистические аспекты развития особых экономических зон в современном мире.

Объект исследования – процесс зарождения и существования особых экономических зон как инструмента социально-экономической политики в мировой экономике.

Результаты исследования. Особые экономические зоны получили широкое распространение после подписания Киотской конвенции в 1973 году, определившей ОЭЗ как своеобразный внешнеторговый анклав, на территории которого товары считаются находящимися за пределами таможенной территории. Возникновение ОЭЗ является общепринятой практикой среди стран, которые ставят перед собой цели по привлечению как национальных, так и иностранных инвестиций для развития национальной экономики. Изначально, к таким зонам относили области больших морских портов или примыкающих к ним районов, выделенные из таможенной зоны страны для свободного, беспошлинного ввоза и вывоза иностранных товаров. Примерами таких портов были Ливорно, Генуя, Венеция, Марсель, а также Одесса, Владивосток, Батуми. В этих портах товары хранились на складах неограниченный или ограниченный срок, а потом поставлялись на внутренний рынок страны с уплатой льготной пошлины или экспортировались беспошлинно за рубеж.

Сейчас действуют около 4000 особых экономических зон. Организационная и функциональная структура ОЭЗ весьма разнообразна. На сегодняшний день выделяют порядка 30 видов ОЭЗ, которые можно сгруппировать в пять основных видов, представленных в виде схемы (рис. 1):



Рис. 1. Виды особых экономических зон

Развитие и роль особых экономических зон в мировой экономике можно рассмотреть на примере двух кардинально разных по своим социально-экономическим аспектам стран – Китая и Германии.

Развитие ОЭЗ характерно практически для всех стран Западной Европы. В Германии самыми первыми были Гамбургская и Бременская ОЭЗ. Немного позже появились ОЭЗ в Киле, Куксхафене и других городах. В целом в Германии развито шесть городов-портов, которые существуют как ОЭЗ. Они занимаются погрузкой, разгрузкой, перегрузкой, хранением, сортировкой, маркировкой и продажей товаров, а также предоставлением страховых и банковских услуг. По видам особых экономических зон свободные порты Германии относятся к комплексным ОЭЗ. Особый режим на них создаётся, в основном, путём отмены таможенных пошлин и НДС. Самой главной и важной для Германии является Гамбургская ОЭЗ. Порт Гамбурга – это крупнейший по объёму контейнерных перевозок и по значимости порт в Европе. Его называют «Воротами Германии к миру», а во всей Европе он занимает третье место по производству и переработке товаров. Это одна из самых крупнейших территорий во всём мире, где товары и грузы хранятся, продаются и перераспределяются без оплаты таможенных пошлин. Здесь наблюдается большой приток компаний из стран Азии. Одним из крупнейших партнёров является Китай, который имеет около 300 представительств своих фирм в Гамбурге [7].

Конкуренция трёх мировых социально-экономических центров – США, Европы и Японии за китайский рынок успешно используется Китаем в личных интересах. На сегодняшний день в Китайской Народной Республике действует 53 технопарка, которые относятся к технико-внедренческим, комплексным ОЭЗ и представляют собой особые зоны развития высоких технологий. Около десяти технологических вузов Китая получают от государства специальное финансирование с целью создания технопарков, инновационных центров и других структур для широкомасштабного внедрения национальных и зарубежных разработок. Первые особые экономические зоны Китая

появились в конце 80-х годов. Целых пять ОЭЗ Китая в Пекине, Сучжоу, Хефее, Сиане и Яньтае были провозглашены парками развития науки и технологий Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) [5]. Главная задача для Китайских технопарков на сегодня – это быть центрами роста высокотехнологической продукции, а также её преобразования. Практическим примером осуществления этой задачи технопарков является создание в 1995 году технопарка в городе Шенчжень. Он действует как пример того, как можно формировать инновационные центры, не копируя американский опыт создания таковых, а опираясь на национальные условия. В нём уже работает 40 предприятий и создано около 8000 рабочих мест [5]. Китайские технопарки отличаются от технопарков других стран тем, что они расположены, в основном, вне индустриальных зон и сконцентрированы вокруг научных центров, ориентированы на регион или город, где работают в тесном контакте с местной администрацией, а также тем, что государство осуществляет жёсткое политическое руководство и финансовую поддержку, налоговые привилегии и другие преимущества, привлекающие иностранных предпринимателей. Все в большей мере видны сдвиги от административно-командных социалистических методов ведения хозяйства к предпринимательскому менеджменту.

Выводы. Таким образом, особые экономические зоны, будучи главным инструментом государственной региональной политики, могут активизировать инвестиционные и инновационные процессы в экономике государства. Я считаю, что они служат стимулом и опорой для развития международных торговых экономических отношений между странами, а также опорой развития регионов страны в целом. Однако, следует заметить, что характер, темпы и области развития ОЭЗ в разных странах различны и имеют свои характерные особенности и черты. Так, например, развитие ОЭЗ в развитой Германии характерно для портовых территорий, где осуществляются все этапы производства и реализации продукции. А для ОЭЗ развивающегося Китая характерно преобладание технологических парков, которые являются центрами инновационных технологий и структур, при этом действуя под строгим контролем государства. Однако, общей чертой для всех ОЭЗ является привлечение в национальную экономику прямых иностранных инвестиций и стимулирование предпринимательской деятельности.

Список литературы:

1. Приходько, С. Особые экономические зоны / С. Приходько, Н. Воловик. – М.: ИЭПП, 2007. – 268 с.
2. Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения: Учебник / Е.Ф. Авдокушин. – М.: Юристъ, 1999. – 312 с.
3. Ушаков, В.В. Государственное регулирование создания и функционирования особых экономических зон в России: автореф. дис... канд. экон.наук / В.В. Ушаков. – М.: 2007. – 20 с.
4. Краснолуцкая, Н.Т. Особая экономическая зона: учебное пособие / Н.Т. Краснолуцкая. – М.: Благовест, В, 2007. – 119 с.
5. Мазур, А.А. Технопарки Китая / А.А. Мазур, В.С. Стогний, Н.В. Осадчая // Наука и инновации: Инновационные структуры. – 2006. – №3 – С. 127-134.
6. К вопросу о классификации особых экономических зон в мировой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-klassifikatsii-osobyh-ekonomicheskikh-zon-v-mirovoy-ekonomike> (дата обращения 21.03.2019).
7. Основные свободные экономические зоны Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catalog.fmb.ru/germany2014-9.shtml> (дата обращения 21.03.2019).

Жданов Н.В., студент
Сокрутенко О.-А.С., стрший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
vbr_ru@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ETF, ТОРГУЕМЫХ НА МОСКОВСКОЙ БИРЖЕ ФОНДОВ

Актуальность. В связи с динамичным развитием биржевых фондов на иностранных финансовых рынках и неуклонным ростом популярности ETF среди институциональных и индивидуальных инвесторов область выбранной проблематики приобретает особую актуальность. Глобальные рынки акций по-прежнему привлекательнее с точки зрения доходности, чем российский рынок, несмотря на относительно недавнее появление биржевого фонда по российскому праву (БПИФ, российский «ETF») в 2018 году.

Цель исследования. Биржевые фонды обладают целым рядом преимуществ перед традиционными открытыми и закрытыми ПИФаами с точки зрения торговой гибкости, минимизации транзакционных издержек и эффективного налогообложения. Кроме того, ETF открыли для инвесторов многие ранее недоступные инвестиционные возможности, позволив разместить свои средства в биржевые фонды, копирующие динамику доходности большинства промышленных секторов разнообразных стран. Благодаря этому ETF приобрели значительную популярность на американском рынке и в настоящее время управляющие компании предлагают инвесторам большое многообразие биржевых фондов, которые открыли доступ каждому рядовому инвестору к новым инвестиционным возможностям

Анализ публикации. Биржевые инвестиционные фонды представляют собой уникальный инструмент для инвестирования, так как одновременно совмещают низкий порог входа и высокий уровень диверсификации. За счет объединения капитала своих клиентов перед фондом открывается более широкий спектр возможностей по сравнению с частными инвесторами. Фонд инвестирует в ценные бумаги, которые формируют индекс. Инвестиционный портфель, составленный по индексу, обладает отличным балансом риска и доходности. Инвестор, покупая долю в инвестиционном фонде, приобретает пропорциональную долю в индексе и все сопутствующие преимущества.

Первый торгуемый биржевой фонд (ETF) появился в 1990 г. на фондовой бирже Торонто. Прошло более 25 лет и этот инструмент смог занять свое место в финансовом мире: по данным Bloomberg в мире более 6000 биржевых фондов с управляемым капиталом более 6 трлн. долларов. В России биржевые фонды, как российские, так и иностранные, зарекомендовали себя как инструменты пользующиеся большим спросом инвесторов.

На начало 2019 года на Московской Бирже торгуются 23 Биржевых Фонда, 10 из которых являются БПИФ (Российский «ETF»).

Одним из наиболее актуальных Биржевых Фондов является фондовый рынок Казахстана (FXKZ), который за период 31 декабря 2015 года по 15 октября 2018 года показал доходность +181%. Таким быстрым темпам роста есть несть несколько объяснений:

Во-первых, значительное место в ВВП Казахстана занимает нефтегазовый сектор. В последние годы нефтедобыча в Казахстане постоянно растет, и аналитики прогнозируют дальнейшее увеличение объемов добычи за счет расширения проектов

на месторождениях Тенгиз, Кашаган, Карачаганак. Прогноз по добыче к 2022 году: 100 млн. тонн в год.

Во-вторых, золотовалютные резервы. Казахстаном была выбрана стратегия наращивания золотовалютных резервов, которые обеспечивают дополнительную стабильность экономике. За 10 лет резервы выросли в 2 раза.

В-третьих, правильно и тщательно подобран пакет данного фонда (рис. 1).

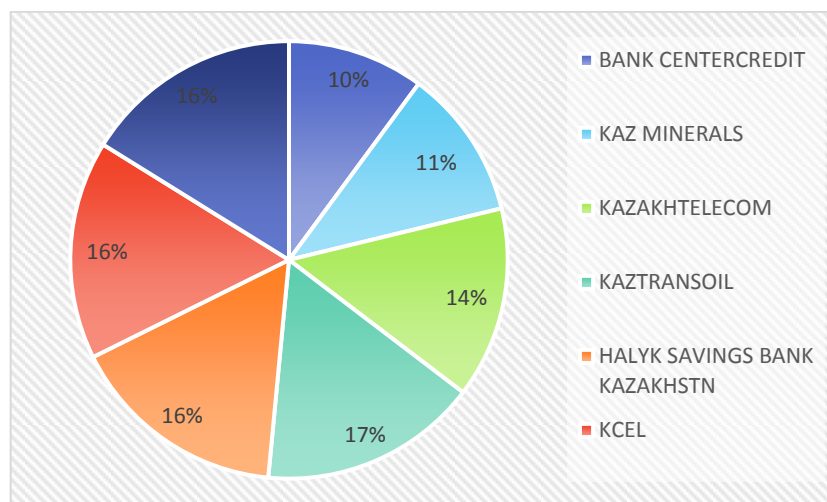


Рис. 1. Структура портфеля FXKZ

Следующий биржевой индексный фонд – FXCN – портфель китайских акций. В фокусе фонда – крупнейшие компании в секторе информационных технологий и финансов, включая Tencent, Alibaba, China Construction Bank, Baidu, Bank of China. Авторитетная компания Research Affiliates предсказывает солидный рост на 7,1% в среднем за 10 лет. На 29 декабря 2017 г. лидер по доходности среди всех российских БПИФов и торгуемых на Московской бирже фондов. За год стоимость акций этого фонда выросла в рублях на 43,2% и на 52,4% в долларах США. В 2018 году китайский фондовый рынок просел на величину порядка 20%, что было обусловлено, в первую очередь, эскалацией внешнеторгового конфликта между Соединенными Штатами и Китаем и введением враждебных таможенных пошлин на импорт из Поднебесной администрацией Трампа.

Ответственное хранение активов обеспечивает Кастодиан (Bank of New York Mellon). В соответствии с европейским регулированием Кастодиан (депозитарий) отвечает всем своим имуществом за сохранность активов Фонда.

Однако в этом году инвестиционное сообщество сменило политику по отношению к развивающимся рынкам, и за период с начала 2019 года индекс MSCI China нарастил уже 16% (рис. 2).

Еще одним из самых популярных не только на Московской Бирже, но и на других мировых биржах, считается биржевой индексный фонд – FXUS - простой инструмент инвестирования в крупнейшие компании Америки разом: покрывает около 85% фондового рынка США, включает более 600 бумаг. Учитывая, что американские мега-корпорации получают доходы со всего мира – вложения в индекс MSCI USA равнозначны ставке на рост мировой экономики. Крупнейшие компании в составе фонда на слуху и в кармане практически у всех (табл. 1).



Рис. 2. График акций FXCN

Таблица 1

10 крупнейших составляющих индекса FXUS

Эмитент	Валюта	Вес
APPLE	USD	3.69%
MICROSOFT CORP	USD	3.47%
AMAZON.COM	USD	2.98%
FACEBOOK A	USD	1.61%
ALPHABET C	USD	1.54%
JOHNSON & JOHNSON	USD	1.49%
ALPHABET A	USD	1.47%
EXXON MOBIL CORP	USD	1.39%
JPMORGAN CHASE & CO	USD	1.35%
VISA A	USD	1.1%

Выводы. Активное развитие мирового рынка биржевых инвестиционных фондов во многом связано с интересом инвесторов из разных стран к инструментам БФ, обладающих рядом преимуществ, выгодно их отличающих от финансовых продуктов иных институтов коллективных инвестиций. При инвестировании в различные виды ETF возможно достаточно эффективное управление, так как приобретается сразу готовый портфель, соответствующий тому или иному индексу, а не отдельные бумаги, из которых еще нужно было бы сформировать соответствующую структуру желаемого портфеля.

Список литературы:

1. Стоит ли вкладывать в фонд FXUS? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/ask/passive-investing/> (дата обращения 21.03.2019).
2. Инвестиции без границ. Как получить доступ к иностранным биржам из России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/357651-investicii-bez-granic-kak-poluchit-dostup-k-inostrannym-birzham-iz> (дата обращения 21.03.2019).
3. Инвестиции, Тинькофф-Журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/tag/investitsii/> (дата обращения 21.03.2019).
4. Болвачев, А. Паевые инвестиционные фонды в России: проблемы и перспективы / А. Болвачев // Вестник Международного института экономики и права. – 2011. – № 2 (2). – С. 53-56

Жильченкова А.Э., студентка
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
alina.zhilch@gmail.com

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Актуальность. Электронная коммерция в международной торговле на сегодняшний день играет немаловажную роль, так как Интернет стал эффективным посредником между предпринимателями во всем мире. Международные операции с товарами и услугами трансформировались на протяжении всей цепочки поставок. Интеграция информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в международные коммерческие операции предоставляет новые возможности и олицетворяет собой новые проблемы для бизнеса, правительств, потребителей и международных организаций.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению специфики и перспективам электронной коммерции посвящено множество работ ученых-экономистов, таких как И.Т. Балабанов, А.В. Волокитина, О.А. Кобелев и др., а также большое количество статей в научных экономических журналах.

Цель исследования: предложить пути и способы решения проблем, которые препятствуют эффективному росту электронной коммерции в мире.

Результаты исследования. Сегодня как никогда в мире большой популярностью пользуется электронная коммерция. В 2018 году на долю операций, осуществленных с применением систем электронной торговли, приходилось около 35% от общего объема мировых торговых операций. Оборот финансовых средств в сфере прямых продаж, то есть продаж «от продавца к потребителю» составил более 2,8 триллион долларов, между компаниями – 15 триллион в долларах.

По результатам аналитиков и экспертов в сфере электронной торговли в 2019 году в странах, которые по уровню экономического развития относятся к странам с переходной экономикой и развивающейся, электронная коммерция займет более 40% от общих показателей торговли, в то же время в развитых странах этот показатель несколько сократится с 70 до 60%.

В глобальных масштабах в сфере интернет-торговли лидируют такие страны как Китай, США, Япония, Германия и, Великобритания. Среди стран, экономика которых находится на переходном этапе становления, большой популярностью онлайн-шопинг пользуется в Македонии, Сербии. В десятку стран-лидеров по результатам оценки вошла и Россия [1].

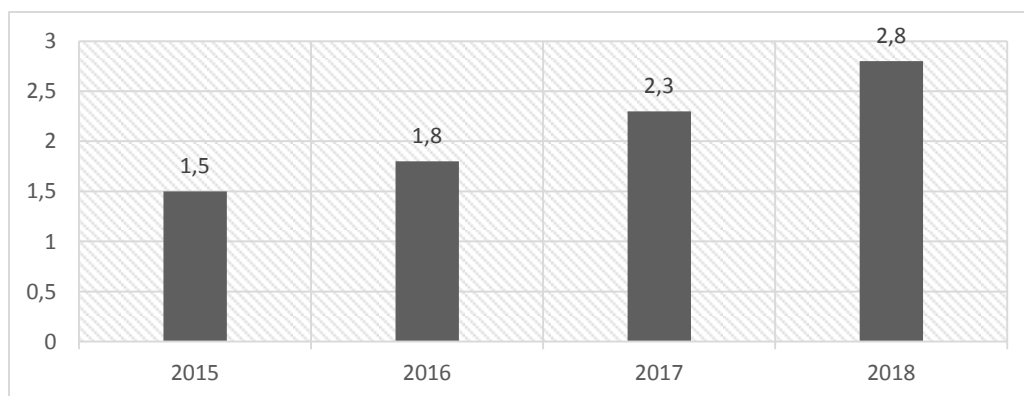


Рис. 1. Динамика прямых продаж в электронной коммерции по всему миру, трлн. долл. [2]

Учитывая многоаспектный характер применения систем электронной торговли во внешнеэкономической деятельности, в разных странах подход к ним неоднозначный.

В США лоббируют сценарий отказа от обложения налогами и таможенными пошлинами части предметов трансграничных сделок, осуществляемых с применением систем электронной торговли. Такой подход касается продукции, получаемой по электронным каналам коммуникации. При этом в отношении физических товаров предлагается сохранять действующую практику.

В ЕС доминирует принцип активного государственного регулирования электронной торговли на международном уровне, согласно которому должен быть принят единый документ по глобальным коммуникациям в сфере электронной торговли и внешнеэкономической деятельности. Недавние судебные разбирательства в отношении крупных американских IT-компаний свидетельствуют, что в ЕС не намерены участвовать в устранении налогообложения продукции, получаемой по электронным каналам коммуникации.

В Японии активно развивается розничная трансграничная торговля с использованием электронных каналов коммуникации. На долю розничных сделок и системы распределения приходится около 80% всей внешнеторговой деятельности, осуществляемой с использованием систем электронной торговли. В секторе B2B применение систем электронной торговли для трансграничных операций не развивается, а их использование ограничивается электронной формой оплаты с применением банковских каналов обслуживания клиентов [3].

В Китае сфера электронной коммерции относится к одному из приоритетных направлений развития внешнеторговой деятельности. Гиганты электронной торговли – AliExpress, Taо, XinTaо и т.д. Китай активно участвует в работе комитетов и рабочих групп, связанных с развитием электронной коммерции на международном уровне. Особенностью китайской модели развития электронной торговли на международном уровне является заключение двусторонних соглашений со странами, участвующими в торговых отношениях, либо создание интегрированных объединений из нескольких стран, для которых действует единый режим осуществления торговых операций с применением систем электронной торговли. Амбиции Китая в плане обеспечения мирового лидерства в сфере применения систем электронной торговли для трансграничных торговых сделок подкреплены убедительной динамикой роста китайских Интернет-площадок, в первую очередь, AliExpress. Развитие и внедрение электронной торговли рассматриваются им как средство обеспечения определенного скачка в социально-экономической и научно-технической жизни общества.[4]

Исходя из стремительного роста электронной торговли во всем мире, можно выделить следующие аспекты развития:

1. У Китая и США останется лидерская позиция в онлайн-продажах, поскольку в этих странах отсутствуют проблемы, связанные с плохо развитой логистикой, недоверием населения к онлайн-покупкам и неимением отработанной нормативно-правовой базы.

2. Традиционные ритейлеры во всем мире будут следовать общемировому тренду, создавать и развивать собственные онлайн подразделения (как, например, американский оффлайн гипермаркет Walmart или французский Auchan), чтобы быть конкурентоспособными в новых условиях.

3. Что касается России, то нестабильная экономическая ситуация не позволяет предсказывать развитие электронной коммерции. Но все-таки прогнозируемые изменения будут в пользу положительного роста и динамики Интернет-коммерции не более чем на 10-15% в год. Развитие обусловлено повышением опыта работы в Интернете и доверия к электронным системам платежа.

4. Несомненно, постоянное появление новых игроков на рынке электронной коммерции, преимущественно мелких и средних, так как барьеры для входа на рынок достаточно низкие, вплоть до полного отсутствия инвестиций.

Выводы. Таким образом, для более эффективного роста электронной коммерции в мире, целесообразно решить следующие проблемы:

– Слабо развитая логистика и почтовые услуги, несмотря на то что вопрос доставки товаров до клиента является одним из ключевых для развития этой отрасли. Основные минусы логистических услуг – это плохо организованная, дорогая, неудобная в использовании система доставки грузов, отсутствие возможности перевозки крупногабаритных товаров. Нет выбора и стандартов логистических перевозок.

– Проблема некомпетентности и нехватки кадров, что ведет к росту издержек, риску репутацией.

– Недоверие населения к Интернет-магазинам. Это следует из опасения мошенничества или неумения пользоваться интернет-магазинами. Отсутствие обязательной государственной Интернет-сертификации не дает пользователям возможности доверять сайту.

– Отсутствие проработанной нормативной базы. Недостаток подходов к регулированию Интернет-торговли, противоречия существующих законов [5].

В целом, рост электронной коммерции в мире имеет положительную динамику, из чего можно сделать вывод, что доля данного сектора в экономике в ближайшее время будет только увеличиваться.

Список литературы:

1. Электронная коммерция в международной торговле [Электронный ресурс] / ICC Russia (International Chamber of Commerce). - Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/elektronnaya-kommertsiya/> (дата обращения 06.04.2019).

2. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2021 [Электронный ресурс] / Statista. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата обращения 06.04.2019).

3. Нестеров, А.К. Международная электронная торговля [Электронный ресурс] / Образовательная энциклопедия. - Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/mezhdunarodnaya-elektronnaya-torgovlya.html> (дата обращения 06.04.2019).

4. Олесик, Т.А. Рынок электронной торговли Китая / Т.А. Олесик, А.Д. Терновская // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – Т. 1. – №4. – С. 112-114.

5. Ван, Х. Состояние и перспективы развития международной электронной торговли в сегментах B2C и B2B в ближайшие годы / Х. Ван // Научный журнал «Студенческий». – 2018. – № 13-2 (33). – С. 75-76.

Журба Р.Р., студент
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
zhurba97@gmail.com

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И БЕЛОРУССИИ

Актуальность темы. В современных условиях мирового хозяйства развитая система торгово-экономических отношений любой страны с другими странами,

является основой успешного развития, как экономики, так и государства в целом. Все страны в первую очередь, стремятся установить и успешно развивать торгово-экономические отношения с соседними странами, с которыми имеют общую границу, а также находятся в одном географическом пространстве. Развитые отношения с соседними странами дают множество факторов положительно влияющих на экономику. Яркими представителями таких «соседских» отношений, являются торгово-экономические отношения России и Белоруссии.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию развития торгово-экономических отношений России и Белоруссии посвящен труд такого ученого, как Молева С.В.

Цель исследования – исследование состояния торгово-экономических отношений России и Белоруссии и определение путей их развития.

Результаты исследования. На сегодняшний день торгово-экономические отношения России и Белоруссии носят союзный характер и обладают собственной спецификой. Между странами периодически возникают политические и экономические противоречия, которые, тем не менее, в скором времени разрешаются. Одним из главных факторов успешного взаимодействия России и Белоруссии является их культурно-историческая близость, сформировавшая цивилизационное единство двух народов, и общая история национальных хозяйств, которая определила их экономическую взаимозависимость. Началом российско-белорусских отношений, являются установленные 25 июня 1992 года дипломатические отношения.

На текущий момент Россия и Белоруссия, являются основными торговыми партнерами, как в рамках СНГ, так и в мире.

Таблица 1

Основные торговые партнеры России, 2017 гг. [1]

Страна	Экспорт, млрд. долл. США	Уд. вес, %	Импорт, млрд. долл. США	Уд. вес, %	Оборот, млрд. долл. США	Уд. вес, %
Китай	38,8	10,9	48,1	21,1	86,9	14,9
Германия	25,7	7,2	24,2	10,7	49,9	8,5
Нидерланды	35,6	10	3,8	1,7	39,5	6,7
Белоруссия	18,5	5,2	12,1	5,3	30,6	5,2
Италия	13,8	3,9	10,1	4,4	23,9	4,1

На основе данных, приведенных в табл. 1 видно, что на 2017 год Белоруссия входит в пятерку основных торговых партнеров России и занимает четвертое место. Экспорт России в Белоруссию равен 18,5 млрд. долл. США с долей в 5,2 % от всего экспорта, а импорт 12,1 млрд. долл. США с долей в 5,3 % от всего импорта, превышение экспорта России в Белоруссию над импортом свидетельствует о положительном внешнеторговом сальдо России. Внешнеторговый оборот России с Белоруссией равен 30,6 млрд. долл. США. Всего на долю Белоруссии приходится 5,2 % от всего товарооборота России. Из приведенных данных можно сделать вывод, что Россия с положительным внешнеторговым сальдо и с долей в 5,2 % от всего товарооборота с Белоруссией имеет незначительную зависимость от торговли с Белоруссией.

На основе данных, приведенных в табл. 2 видно, что на 2017 год Россия входит в пятерку основных торговых партнеров Белоруссии и занимает первое место. Экспорт Белоруссии в Россию равен 12,1 млрд. долл. США с долей в 44,1 %, а импорт 18,5 млрд. долл. США с долей в 57,3 %, превышение импорта Белоруссии из России над экспортом свидетельствует об отрицательном внешнеторговом сальдо Белоруссии.

Внешнеторговый оборот Белоруссии равен 30,6 млрд. долл. США. Всего на долю России приходится 48,2 % от всего товарооборота Белоруссии.

Таблица 2

Основные торговые партнеры Белоруссии, 2017 гг. [2]

Страна	Экспорт, млрд. долл. США	Уд. вес, %	Импорт, млрд. долл. США	Уд. вес, %	Оборот, млрд. долл. США	Уд. вес, %
Россия	12,1	44,1	18,5	57,3	30,6	48,2
Украина	3,3	11,5	1,2	3,6	4,5	7,2
Китай	0,3	1,2	2,7	8,0	3,1	4,9
Германия	1,1	3,8	1,7	5,1	2,8	4,5
Великобритания	2,3	8,2	0,2	0,7	2,6	4,2

Из приведенных данных можно сделать вывод, что Белоруссия с отрицательным внешнеторговым сальдо и с долей в 48,2 % от всего товарооборота с Россией имеет значительную зависимость от торговли с Россией. Такая зависимость обусловлена тем, что еще со времен Советского Союза экономика Белоруссии ориентирована на российский рынок. Также одним из главных факторов такой зависимости, является то, что Белоруссия небольшая страна, не имеющая выхода к морю и бедная полезными ископаемыми, которые в основном предоставляются Россией по льготным тарифам.

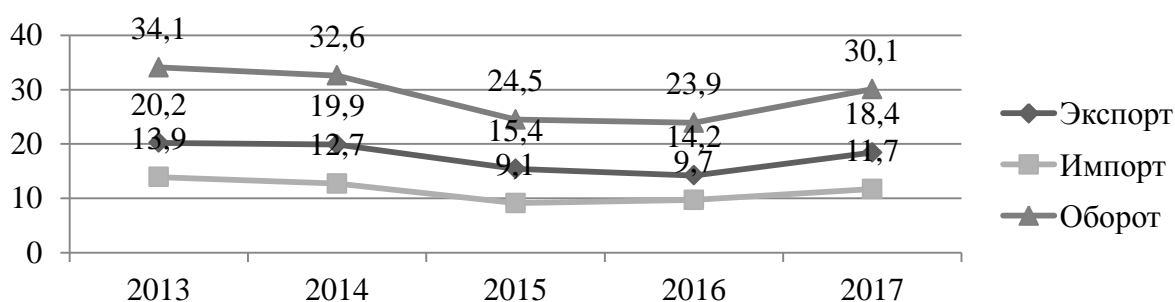


Рис. 1. Динамика внешней торговли России и Белоруссии, 2013-2017 гг., млрд. долл. США [1, 2]

На основе данных, приведенных в рис. 1 видно, что в период с 2013 года по 2017 динамика внешней торговли России и Белоруссии претерпевала некоторые изменения. В 2014 году произошло значительное снижение внешнеторгового оборота между странами. Это снижение обусловлено сложившейся новой политико-экономической ситуацией в 2014-2015 годах, а именно наложением экономических санкций на Россию вследствие чего произошел обвал российского рубля, что негативно повлияло на ее экономику и в итоге на внешнюю торговлю. Начиная с 2016 года ситуация начала стабилизироваться и начался рост товарооборота между Россией и Белоруссией и на 2017 год он составляет 30,1 млрд. долл. США. В период 2018-2019 годов страны планируют продолжать наращивать объемы торговли и превзойти показатели торговли 2014 года.

Товарная структура экспорта и импорта России и Белоруссии в большей степени представлена торговлей минеральным топливом, продовольственными товарами, сырьем, транспортными средствами, металлами и изделиями из них.

Таблица 3

Товарная структура экспорта и импорта России и Белоруссии, 2017 гг., % [3]

Экспорт России в Белоруссию		Импорт России из Белоруссии	
Товарные группы	%	Товарные группы	%
Минеральные продукты и топливо	42,5	Продовольственные товары	18
Металлы	8,1	Транспортные средства	14
Машины и приборы	6,4	Машины и приборы	8,5
Бытовая техника	4,8	Мясо	6,3
Пластмассы	4,3	Бытовая техника	5,7
Транспортные средства	3,7	Пластмассы	5,5
Металлические изделия	3,3	Металлические изделия	3,9
Прочие товары	26,9	Прочие товары	38,2

На основе данных, приведенных в табл. 3 видно, что на 2017 год основу экспорта России и импорта Белоруссии составляют минеральные продукты и топливо (42,5 %), а также металлы (8,1 %) в сумме составляющие около 50 %. Большой показатель экспорта Россией минеральных продуктов, топлива и металлов в Белоруссию объясняется тем, что у Белоруссии практически нет собственных запасов этого сырья, в то время как у России его в изобилии, и она является единственным ближайшим поставщиком этого сырья. Основу импорта России и экспорта Белоруссии составляют продовольственные товары (18 %), транспортные средства (14 %) и приборы (8,5 %).

Выводы. На текущий момент торгово-экономические отношения России и Белоруссии имеют союзный и стратегический характер. Несмотря на значительный спад товарооборота в 2014-2015 годах, на данный момент наблюдается планомерный рост. В дальнейшем страны планируют дальше повышать объем товарооборота за счет традиционных направлений. Основным трендом должно стать формирование совместного продукта. У двух стран существует немало отраслей, в которых возможно совместное формирование конкурентных товаров.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 04.04.2019).
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> (дата обращения 04.04.2019).
3. Trademap [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.trademap.org> (дата обращения 04.04.2019).
4. Молева, С.В. Развитие торгово-экономического сотрудничества Беларуси и России / С.В. Молева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – С. 60-66.

Ищенко К.О., студент
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
010401karinka@mail.ru

ЭКОНОМИКА ГЕРМАНИИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Актуальность. В современных условиях развития мировой экономики всё более актуальными становятся вопросы, касающиеся отношений интеграции и глобализации. Особое место в мировом хозяйстве занимает Германия, которая является сегодня одной из самых активно развитых стран. В 2018 году немецкие предприятия экспортировали товаров почти на 1,318 трлн. евро - на три процента больше, чем годом ранее. Импорт за тот же период вырос на 5,6% до 1,090 трлн. евро. Страна имеет сильное влияние на мировую экономическую систему, поэтому выбранная тема является актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию развития экономики Германии уделяется большое внимание в работах И.А. Грибоедовой, С. Джахана, Д. Уоркмана, Н.А. Рассохина и т.д.

Цель исследования. Предложить решения проблем, тенденции и перспективы развития экономики Германии в будущем в ходе данного исследования.

Результаты исследования. На сегодня Германия входит в семерку самых развитых стран в мире. Отраслевая структура экономики базируется на сфере услуг и промышленности. На услуги приходится 54%, на производство – почти 46 %, агробизнес занимает 0,1–1,5 % национальной экономики. Рассматривая динамику роста номинального ВВП, можно отметить стремительный рост, что говорит об увеличении производительности экономики страны (рис. 1). [4].

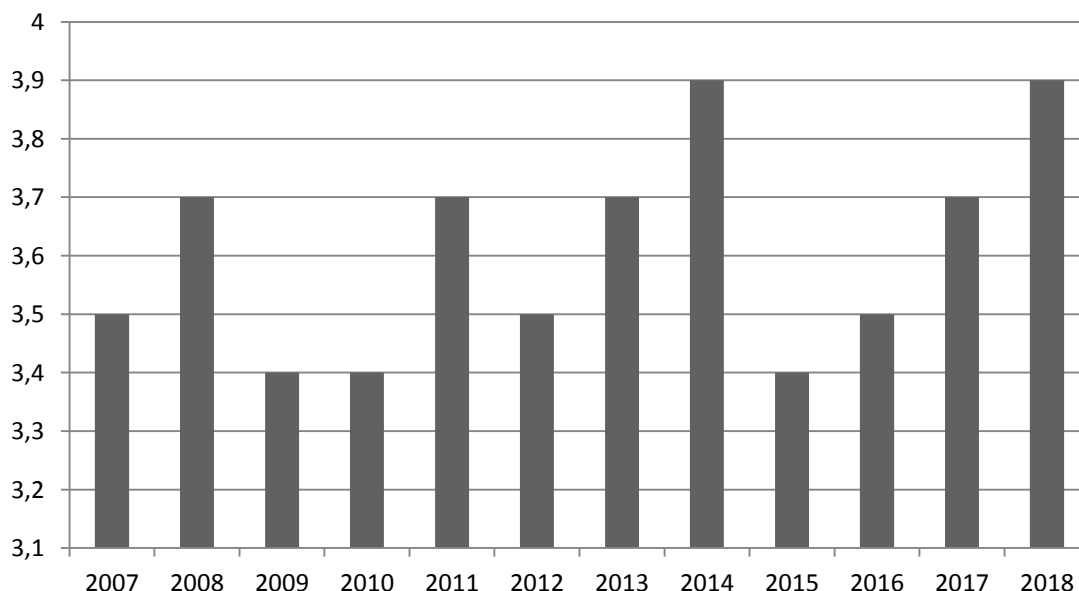


Рис. 1. Номинальный ВВП Германии, трлн. долл. (США)

Причем вклад в рост ВВП был внесен практически во всех секторах экономики: туризм, услуги и промышленность [4].

Однако если рассматривать сельское хозяйство, занятость граждан составляет всего около трех процентов. Вклад в общий ВВП составляет 1–2%, что объясняется высокой степенью индустриализации экономики страны [1].

Тем не менее, это не мешает занимать лидирующее место по производству основных сельскохозяйственных культур (рожь, овес, ячмень, пшеница, кукуруза, сахарная свекла, картофель) и животноводческой продукции. Кроме того, страна на все 100 % обеспечена говядиной и молоком, и на 80 % – свининой [2].

Промышленность Германии находится на высоком уровне. Несмотря на то, что снижаются темпы производства в области строительства, металлургии и легкой промышленности, доля Германии в мировом производстве автомобилей, электротехники, транспорта, оборудования, вычислительных приборов и другой аппаратуры по-прежнему составляет 7 % от ВВП [3].

Востребована также химическая промышленность Германии. Известные концерны Bayer, BASF, Linde входят в пятерку мировых лидеров Forbes по комплексу экономических показателей [3].

Отметим, что Германия не владеет значимыми сырьевыми запасами, за исключением месторождений каменного и бурого угля в Рурском, Саарском и некоторых других бассейнах. На сегодня собственные природные экономические ресурсы обеспечивают всего четвертую часть электроэнергии в стране. Поэтому правительство вынуждено прибегать к поиску и внедрению иных источников энергии:

- 1) импорту нефти из других стран (Алжир, Саудовская Аравия, Ливия, Россия) – обеспечивается 1,6 % энергии;
- 2) импорту природного газа, в основном из России, а также Норвегии и Голландии – 11,3 %;
- 3) атомной энергетике – 16 %;
- 4) использованию возобновляемых источников энергии (ВИЭ): вода, солнце, ветер, биомасса, бытовые отходы – 21,9% [1].

Уровень безработицы в Германии на сегодняшний день имеет низкое значение. В 2007 г., например, доля экономически активного населения Германии, неспособного найти работу, составляла 8,0 %, то в 2017 г. – 3,8 % [3].

Количество работающего населения постепенно увеличивается и к настоящему времени превышает 44 млн. Заметим, что население Германии составляет 82 млн. [1].

Особенностью современной экономики Германии является ее зависимость от экспорта товаров (Китай, РФ, Сирии, Бразилии). С одной стороны, это позволяет экономике Германии эффективно развиваться в условиях мирового экономического кризиса, с другой – может стать причиной спада ее в дальнейшем [1].

Также из-за финансовых проблем развивающиеся государства не в состоянии приобретать немецкую продукцию [2].

Стоит рассмотреть также некоторые проблемы Германии, как неравномерное социально-экономическое развитие отдельных районов страны: территория бывшей ГДР значительно отстает от запада страны. На решение этой проблемы правительство вынуждено ежегодно тратить около ста миллиардов долларов; преобладание доходов над расходами (профицит) в последнее время приводит к снижению потребительских расходов внутри страны и очевидному дисбалансу в экономике Германии; резко увеличившаяся численность мигрантов из Африки и некоторых стран Востока приводит к вымыванию денежных средств из страны [3].

Выводы. В целом Германия, крупнейшая экономика Европы, имеет эффективную и стабильную экономику, ориентированную на свободу рыночных отношений. Макроэкономические показатели (ВВП, уровень инфляции и безработицы)

прогнозирует дальнейший экономический рост страны, который будет зависеть от экономики развивающихся государств как основных экспортеров Германии.

Список литературы:

1. Ромашенко, С. Экспорт из ФРГ в 2018 году / С. Ромашенко// Вестник: Экономика, – 2019.– С. 1-2.
2. ОЕС «Визуализация Германии» [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://atlas.media.mit.edu/ru/profile/country/deu/> (дата обращения 20.04.2019).
3. Zaganportal «Экономика Германии сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zaganportal.ru/germaniya/finansy-germanii/ekonomika-germanii.html> (дата обращения 20.04.2019).
4. Trend Economy «Показатели мирового развития» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.trendeconomy.ru> (дата обращения 20.04.2019).

Калуцкий И.А., студент

Туралина А. Г., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

igorspeedgoodlak@yandex.ua

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПИИ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. Прямые иностранные инвестиции играют важную роль в экономике любой страны, так как обусловлены международным разделением труда, развитием международных связей, интегрированием национальной экономики в мировом хозяйстве. Привлечение и эффективное использование в экономике Российской Федерации иностранных материальных и финансовых ресурсов, передовой техники и технологии, управленческого опыта является условием стабильного функционирования и развития экономики Российской Федерации. Однако прямые иностранные инвестиции сами по себе не являются выгодными или невыгодными. Их вклад зависит от политики и поведения правительств принимающих стран и многонациональных предприятий. В современных условиях развития Российской Федерации остро стоит вопрос влияния прямых иностранных инвестиций на национальную экономику.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиям влияния прямых иностранных инвестиций на экономику России было посвящено большое количество научных работ различных ученых-экономистов, в частности: Е. А. Федорова, А. Э. Николаев, А. С. Николаева, М. А. Алексеева [1].

Цель исследования – провести анализ статистических данных и определить степень влияния прямых иностранных инвестиций на макроэкономические показатели Российской Федерации.

Результаты исследования. По мнению ряда экономистов, привлечение капитала в форме ПИИ в национальную экономику является существенным фактором развития принимающей страны. Необходимость привлечения ПИИ в экономику принимающей страны состоит в том, что с их помощью возможны реконструкция, диверсификация и оживление производственной сферы страны-реципиента. В пользу определяющей роли прямых иностранных инвестиций в экономическом росте говорит опыт рассмотренных ранее стран, которые в последние десятилетия осуществили резкий скачок в своем экономическом развитии (Китай, Бразилия, Индия, Южная Корея и др.).

ПИИ представляют собой не только источник средств, но и пакет материальных и нематериальных активов, которые могут помочь в создании производственного потенциала в развивающихся странах. С макроэкономической точки зрения принимающей страны или страны-получателя прямые иностранные инвестиции являются относительно более дорогими видами внешнего финансирования (т. е. они обычно требуют более высокой нормы прибыли), но доход зависит от прибыли (т.е. от успеха в бизнесе или успешной реализации проектов).

В 2017 году рейтинговое агентство Standard & Poor's выставило долгосрочный и краткосрочный рейтинги РФ по обязательствам в иностранной валюте на уровне неинвестиционного (спекулятивного) - до «BB+ positive» с «BB+ stable». Международное рейтинговое агентство Fitch Ratings в 2017 году подтвердило рейтинг РФ на уровне «BBB-» со «стабильным» прогнозом. Международное рейтинговое агентство Moody's в этом же году улучшило свой прогноз по рейтингу нашей страны с негативного до стабильного, присвоив России спекулятивный уровень «Ba1» [2]. Таким образом, из трех влиятельных рейтинговых агентств только Fitch Ratings еще сохраняет рейтинг инвестиционного уровня для России. Рейтинги РФ от международных агентств Standard & Poor's и Moody's в настоящее время выставлены на уровне ниже инвестиционного.

ПИИ, которые занимают важное место как на микро-, так и на макроуровне, являются одними из основных источников развития российской экономики. Ресурсы, генерируемые ПИИ, особенно важны для Российской Федерации в тех случаях, когда ассигнования из государственного бюджета недостаточны.

Наиболее важной характеристикой ПИИ для России является то, что они способствуют интеграции национальных экономик в мировую экономику. В дополнение к генерированию финансовых ресурсов, прямые иностранные инвестиции приносят такие важные преимущества, как передача технологий национальным экономикам, приобретение современных методов управления отечественным бизнесом и развитие трудовой этики [3].

Однако, ПИИ не всегда приносят пользу экономике и иногда могут препятствовать развитию экономики Российской Федерации, а относительно более мягкая экологическая политика России позволяет легко переносить в страну методы производства, вредные для здоровья человека и окружающей среды.

Иногда ПИИ могут использоваться другими странами в качестве инструмента международной политики, направленной на достижение целей безопасности или влияния на внутреннюю политику целевых стран. Из-за этого многие страны скептически или предвзято относятся к импорту капитала. Россия в определенной степени отказалась от своего суверенитета в разработке и осуществлении своей экономической политики в целях погашения своего долга перед МВФ. Эта ситуация изменила процесс принятия решений так, что России пришлось добиваться одобрения МВФ для будущих кредитов, поскольку она осуществляла экономическую политику, сформулированную в соответствии с рекомендациями МВФ.

Важным недостатком для России является то, что доходы от прямых иностранных инвестиций не реинвестируются в экономику; скорее они переводятся из страны. Иностранные инвесторы рассматривают Россию как высокодоходный рынок, богатый природными ресурсами, и предпочитают инвестировать доходы, полученные в России, в другие зарубежные рынки [4]. Эта ситуация негативно влияет на платежный баланс России.

Высокотехнологичное развитие приоритетных секторов экономики страны способствует увеличению объема производства продукции и оказываемых услуг на местном рынке, что прямым образом влияет на экономический рост страны.

Проанализируем зависимость темпа роста ВВП России от притока ПИИ за последние годы [5].

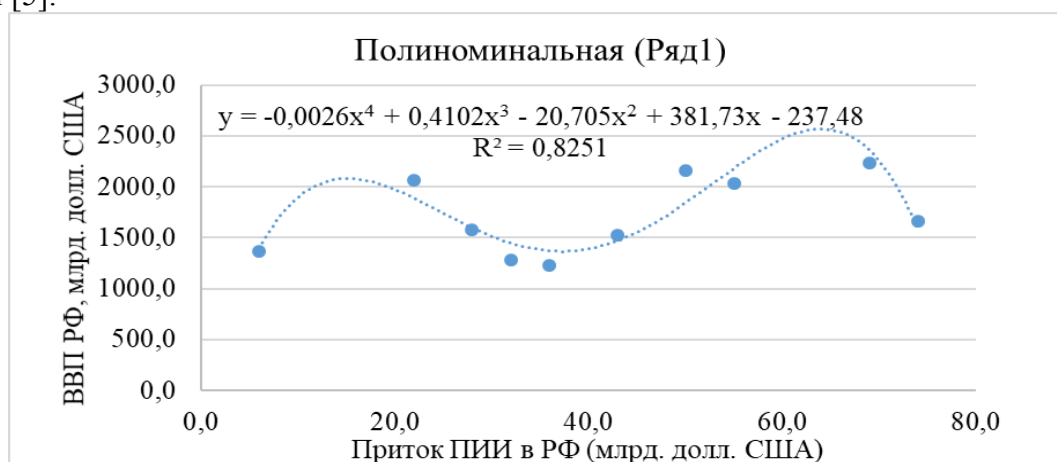


Рис. 1. Зависимость темпа роста ВВП от ПИИ РФ за 2008-2017 гг. (млрд. долл. США)

Анализ статистических данных подтверждает положительную корреляцию между ВВП и ПИИ за последние годы, то есть отмечается высокая степень зависимости между ВВП и ПИИ, и в случае, если значение ВВП России будет расти, то и значение ПИИ также будет возрастать. Однако возможна и обратная связь, когда резкий экономический рост расширяет потенциал получения большей прибыли и приумножает доходность капитала, что в свою очередь усиливает приток прямых иностранных инвестиций в страну. Для Российской Федерации коэффициент корреляции, который показывает степень статистической зависимости между показателями ВВП и притока ПИИ, в случае полиномиальной 4-ой степени — 0,825. Поэтому полиномиальный тренд, который применяется для описания попеременно возрастающих и убывающих значений, лучше линейного подходит для анализа имеющегося набора данных объемов ВВП и ПИИ за анализируемый период. Таким образом, прямые иностранные инвестиции воздействуют на экономический рост в стране-реципиенте.

Выводы. Привлечение прямых иностранных инвестиций в экономику России оказывает значительное влияние на макроэкономические показатели страны и ее структуру. Подчеркнем важность прямого иностранного капитала для модернизации и развития национальной экономики Российской Федерации, так как только такой вид иностранных инвестиций, поступающих в страну-реципиент, является источником структурных преобразований экономики. Вклад иностранных источников в формировании инвестиций в основной капитал российской экономики не велик, что негативно отражается на экономическом положении страны, потому что инвестиции в основной капитал занимают определяющее место для роста и развития национальной экономики.

Список литературы:

1. Оценка влияния прямых иностранных инвестиций на экономику России в период санкций на основе спилловер-эффектов / Е.А. Федорова, А.Э. Николаев, А.С. Николаева, М.А. Алексеева // Пространственная экономика – 2018. – № 1. – С. 37-58.
2. Россия вернет себе инвестиционный рейтинг в 2017 г. [Электронный ресурс] / Сайт «Вести. Экономика». – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/57610> (дата обращения 31.03.2019).

3. Babitch, S. “A Statistical Investigation of Foreign Investment in the Process of Modernization of the Russian Economy: Regional Dimension” / S. Babitch // Russian Foreign Economy Journal. – 2013. – № 6. – С. 81-89.

4. Кадыров, Т. А. Влияние иностранных инвестиций на развитие национальных компаний в российской экономике / Т. А. Кадыров // Российское предпринимательство. – 2014. – № 13 (259). – С. 73-85.

5. Иностранные инвестиции [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/foreign/#.html (дата обращения 31.03.2019).

Койда А.О., студент
Пилипенко В.В., старший преподаватель
 ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
koyda.98@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАФТА

Актуальность. На сегодняшний день НАФТА представляет собой одну из самых крупнейших экономических интеграций во всём мире. Безусловно, создание этой организации в своё время дало возможность для всех стран-участниц усилить и реализовать свои экономические потенциалы. По средствам НАФТА США обрели более дешёвую рабочую силу и ряд других льгот. Мексика смогла выйти на американский рынок, а также начала реализовывать возможности на мировой арене. Канада, являясь более сильным партнером, чем Мексика, но менее слабым, чем США, смогла качественно реализовать свои экономические возможности

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы развития НАФТА изучались такими известными учеными, как Н. Негропonte, М. Каку, В. Катасонов, П. Грибов и др.

Цель исследования – определение значимости НАФТА в международном экономическом поле и анализ её дальнейших перспектив развития.

Результаты исследования. За период своей работы НАФТА смогла выдвинуть экономические взаимоотношения стран-участниц на новый уровень, что характерно отображается в увеличившихся макроэкономических показателях [1].

Таблица 1

Страны НАФТА: макроэкономические показатели

Показатель	США		Канада		Мексика	
	1994	2018	1994	2018	1994	2018
Номинальный ВВП (млрд. долл.)	7309	19371	548	1627	508	1148
Экспорт товаров и услуг (млрд. долл.)	730	2344	181	504	71	436
Экспорт в % ВВП	10	12	33	31	14	38
Импорт товаров и услуг (млрд. долл.)	804	2915	175	553	91	448
Импорт в % ВВП	11	15	32	34	18	39

Для Канады основной выгодой, помимо экономического развития, является тесное, благоприятное и продуктивное сотрудничество с МВФ, протектором которого является США. Однако, за период сотрудничества с США в рамках НАФТА, Канада стала очень сильно зависима от экономики США, что потенциально является опасным для государства. Для Мексики НАФТА – это способ привлечения к себе внимания крупного бизнеса и перемещения в страну промышленных центров, так как в Мексике дешёвая рабочая силы, и, кроме того это шанс выйти на мировую экономическую арену [5].

В данном ключе особо интересная позиция США. Не стоит забывать о том, что помимо извлечения определённых экономических благ для своей страны, США, жертвуя некоторыми возможностями и иногда в ущерб внутренней политики, смогли таким образом интегрировать экономики Канады и США в своё экономическое и даже политическое поля. Данный факт даёт возможность активного лавирования и манипулирования как политическими, так и экономическими решениями Мексики и Канады [6].

Данная концепция обуславливается внешнеполитическими и внешнеэкономическими амбициями США. Безусловно, правильна интеграционная и финансовая политика внутри НАФТА позволила странам-членам добиться колоссальных экономических результатов, однако, несмотря на ряд отрицательных моментов, совершенно очевидно, что помимо сугубо экономических интересов, важную роль занимают геополитические амбиции США. Не трудно заметить, что начало активной стадии консолидации национальных экономик и создание зоны свободной торговли, совпадают с внешнеполитическими мировыми потрясениями, особенно связанными с СССР [2].

Подобная тенденция продолжалась и была востребована в связи с идеологическим противостоянием и с экономическим паритетом, который сверхдержавы не могли нейтрализовать. Следовательно, принципиальная необходимость такой организации как политико-экономического объединения исчерпала себя. Так как Советский Союз пал, а Российская Федерация сегодня находится под санкциями и политическим «вотированием» на мировой арене, то геополитическая безопасности в Америке, которой посредством НАФТА добивались в США, была достигнута. В связи с избранием президента Трампа внутри страны, а также учитывая неоднозначное промышленное положение, что напрямую связано с безработицей, встаёт вопрос о перспективности такого рода организации как НАФТА [4].

В первую очередь нынешний президент США – это не особый любитель мексиканцев. Кроме того, перемещённые центры промышленности государства в Мексику, где более дешёвая рабочая сила, вызвали своего рода кризис внутри страны. Чем умело пользуются противники Трампа. В связи с чем встаёт вопрос о наличии Мексики в такой системе регионального экономического сотрудничества.

Помимо этого, актуализируются иные внеэкономические направления США, которые являются локомотивом НАФТА и, следовательно, дальнейший статус рассматриваемой организации напрямую зависит от национальных интересов США сегодня [3].

Выводы. Таким образом, перспектива развития НАФТА на сегодняшний день неоднозначна из-за сложившейся геополитической ситуации в мире и из-за внутрисоюзного кризиса в США. Безусловно, за годы своего существования, НАФТА позволила качественно поднять экономическую составляющую каждой страны-участницы.

Однако сегодня становится очевидно, что у США много более перспективных направлений для реализации своих внешнеполитических и внешнеэкономических целей. Очевидно, что Канада уже необратимо сильно зависит от экономики США и практически полностью интегрирована в экономическое поле своего государства-соседа. Значит хоть в НАФТА, или же без неё, Канада продолжит реализовывать свой потенциал через возможности США.

Мексика – это та страна, которая больше берёт из США, чем даёт. Поэтому крайне неперспективно для США продолжать пользоваться низким уровнем жизни в Мексике для реализации своих экономических интересов.

В целом, проблема НАФТА состоит в её статичности и неспособности к динамичной реформации, которая смогла бы сохранить Американское единство на континенте. Цели, задачи и методы реализации НАФТА являются устаревшими и нуждаются в переработке и обновлении.

На сегодняшний день более практичными являются двусторонние соглашения между странами региона. Однако стоит подчеркнуть, что НАФТА имеет огромный потенциал для развития и сможет не только конкурировать с мировыми экономическими центрами, но и опережать их, если будут проведены реформы, пересмотрены условия сотрудничества и изменены методы реализации экономической политики.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что НАФТА представляет собой одну из самых крупнейших экономических интеграций во всём мире. За период своей работы она смогла выдвинуть экономические взаимоотношения стран-участниц на новый уровень, что характерно отображается в увеличившихся показателях валютной циркуляции в странах и в выросшем объёме ВВП.

Список литературы:

1. [Электронный ресурс]: Экономическая статистика стран мира – Режим доступа: <http://www.eareport.ru/>
2. Бирюков, М. М. Североамериканская зона свободной торговли / М.М. Бирюков. – М.: Либеральная миссия, 2009. – 152 с.
3. Задохин, А.Г. НАФТА в мировой экономике / А.Г. Задохин. – М., 1999. – 354с.
4. Крысов, В. В. НАФТА в мировой экономике / В.В. Крысов // Мировая экономика. – 2009. – С. 78-105.
5. Турлай, И.С. Современные тенденции развития НАФТА / И.С. Турлай // Научный аспект. – 2013. – №1. – С. 102-107.
6. Цыганков, А.П. НАФТА на мировой арене / А.П. Цыганков. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 238 с.

Костюк Д.Е., студент

Бойко А.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Kostiuk.danil@yandex.ru

ПРОБЛЕМА И ПУТИ ВЫХОДА РФ ИЗ «РЕСУРСНОГО ПРОКЛЯТИЯ»

Актуальность. Российская экономика в последние три года не показывает положительной динамики развития в связи с сильным влиянием внешних факторов и недостаточной диверсифицированностью, что активизировало общественно-

политическую дискуссию, в которой экономика России рассматривается как «подсевшая на нефтяную иглу». «Ресурсное проклятие» негативно влияет на экономики многих стран, в том числе и Россия. Тот факт, что в настоящее время топливно-энергетический комплекс Российской Федерации находится под деструктивным воздействием трех групп ограничений: секторальных санкций, введенных в отношении России со стороны ряда западных стран, финансовых барьеров для входа российских нефтегазовых компаний на европейские и американские финансовые рынки и низких мировых цен на нефть, еще более повышает актуальность данной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Большое количество работ отечественных ученых посвящено анализу проблемы чрезмерной зависимости экономики Российской Федерации от нефтегазовых ресурсов, среди них Гуриев С. М., Кочерженко И. Н. и другие.

Целью данной работы является изучение проблемы выхода из «ресурсного проклятия» и анализ новых способов решения проблемы

Ресурсное проклятие – это отрицательное влияние структуры экономики, основанной на ресурсах, на темпы экономического развития. То есть ресурсное проклятие влияет не только на экономический рост, а и на уровень жизни и благосостояние населения. Также под ресурсным проклятием понимается такое явление, когда экспорт сырья (ресурсов) вытесняет экспорт продукции обрабатывающей промышленности. Экономисты утверждают, что в таком случае не надо отказываться от самих ресурсов. Надо делать так, чтобы основой экономики были не ресурсы, а конечные товары. Тогда и будет экономический рост.

Проследить сильную зависимость российской экономики от продаж нефти и газа можно путем расчетов:

- ❖ Производство нефти и газа составляет 26,5% от ВВП страны;
- ❖ Примерно 29% экономики в России составляет торговля, при этом около 60% товаров импортируются за счет поступлений от экспорта (в большинстве своем нефтегазовом). Это еще порядком 17,5% ВВП;
- ❖ Около 20% ВВП страны составляют госрасходы. Их источником, в свою очередь, являются доходы консолидированного бюджета (они более чем на 60% состоят из нефтегазового). Это еще около 13% добавки к «нефтяному ВВП»;

Итого, зависимость страны от нефти и газа составляет 57%.

Несмотря на данный показатель зависимости, наблюдается тенденция сокращения доходов от продаж нефти и других ресурсов. В 2016 году доходы России от экспорта нефти упали на 41,7 процента до 89,57 миллиарда долларов. Об этом свидетельствуют данные Федеральной таможенной службы (ФТС), опубликованные 5 февраля. В то же время экспорт нефти увеличился на 9,4 процента. Его объем достиг 244,49 миллиона тонн. Выросли и поставки нефтепродуктов – на четыре процента до 171,53 миллиона тонн. На их продаже удалось заработать 67,40 миллиарда долларов (минус 42 процента). Кроме того, в прошлом году Россия продала газа на 41,84 миллиарда долларов, угля на 9,48 миллиарда, пшеницы на 3,95 миллиарда долларов, водки на 119,3 миллиона. В целом внешнеторговый оборот страны упал на 33,2 процента до 530,4 миллиарда долларов. Сальдо торгового баланса было положительным – в размере 161,4 миллиарда долларов (минус 206 48,9 миллиарда по сравнению с 2015 годом). Россия экспортировала товаров на сумму в 345,9 миллиарда долларов, импортировала – на 184,5 миллиарда.

Еще одной проблемой сырьевой зависимости экономики России является то, что нефть – главный регулятор рублевой динамики, именно от изменения цен на данный энергетический ресурс на мировом рынке во многом зависит плавающий курс

российской валюты. Это связано, в-первую очередь потому, что нефть продается за доллары США и именно сильная зависимость нефти и рубля, приводит к нестабильному положению последнего относительно других иностранных валют.



Рис. 1. Динамика рубля и нефти Brent

В России принимаются меры по сдерживанию удорожания рубля к доллару и евро путем уменьшения потока валюты на внутренний рынок: созданы резервные фонды, в которых аккумулируются значительные средства из доходов от экспорта природных ресурсов, а также приобретаются заграничные активы.

Существует множество вариантов решения «ресурсного проклятия» Российской Федерации:

1) Российской Федерации необходимо постепенно отходить от развития, по большей мере, одной сырьевой отрасли, и вкладывать средства в инновационные сферы. Сюда относятся быстро развивающееся строительство, на которое в 2018 году отводилось 13% структуры бюджетных расходов. Также, сюда можно отнести индустрию кибербезопасности. В результате массовых нарушений конфиденциальности данных в 2017-2018 годах частные компании, государственные организации и просто физические лица увеличивают свои расходы, чтобы защитить себя в интернете. Для примера, в 2004 году во всем мире потратили лишь 3,5 миллиарда долларов на развитие данной отрасли, в то время как с 2018 по 2021 года планируется потратить во всем мире более триллиона долларов США. Необходимо развивать обработку алмазов, так как такой товар дорогой, значит, высокие доходы с продаж будут переправляться в развитие других отраслей промышленности. Развитие этой отрасли позволило бы выйти из зависимости от продаж необработанных камней.

2) Установление справедливого распределения доходов и рент с продажи нефти. Существует несколько вариантов, однако, самым эффективным считают распределение, при котором рента делится между теми категориями граждан, которые действительно в ней нуждаются в определенный период времени. Такое распределение будет более эффективным и, что не менее важно, социально обоснованными. Распределяя нефтяную ренту между такими категориями граждан, как пенсионеры (в том числе по старости, инвалидности, потерявшие кормильца и некоторые другие) и временно безработные, государство будет оказывать им необходимую материальную поддержку, что позволит повысить уровень жизни.

3) В оживлении экономики огромную роль должен играть малый и средний бизнес при поддержке корпоративного сектора (крупного бизнеса). Государство в плане малых и средних предприятий должно быть более либеральным и щадящим. Он (малый и средний бизнес) не должен зависеть от сильного влияния пережитка корпоративного общества, бюрократизма. Чем меньше проволочек, тем более в этом плане свободен бизнес. Субсидирование не только от государства, но и также помощь

корпорации, как в Японии через экспериментальные внедрения новых технологий, должны также стимулировать предпринимательство.



Рис. 2. Распределение денежных средств, полученных с продажи нефти в Российской Федерации

Преодоление «ресурсного проклятия» в российской экономике может быть достигнуто несколькими путями: осуществление налоговых мер по изъятию основной части рентного дохода, перераспределение средств в эффективные инвестиционные отрасли, а так же формирование благоприятного климата в стране для малого и среднего бизнеса. Это способствует диверсификации деятельности государственных компаний перераспределять ресурсы из добывающих отраслей в отрасли обрабатывающие. Россия должна стремиться к последовательному превращению финансовой сферы в преобладающий канал трансформации частных сбережений в инвестиции. Очевидно, что такая страна не будет зависимой, а значит в ней меньше рисков получить социально-экономическую нестабильность.

Список литературы:

1. Гуриев, С.М. Экономика «ресурсного проклятия» / С. Гуриев // Вопросы экономики. – 2008. – № 4. – С. 1-3.
2. Ресурсное проклятие и Россия [Электронный ресурс] / Forbes. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/column/32494-resursnoe-proklyatie-i-rossiya> (дата обращения 15.04.2019).
3. Кочерженко, И. Н. Проблемы зависимости экономики России от колебаний мировых цен на нефть // Молодой ученый. – 2017. – №45. – С. 185-189. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/179/46297/> (дата обращения 15.04.2019).
4. Экономика ресурсного проклятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2010/12/16/sonin/>.

Костюченко Н.В., студент

Бойко А.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

nikitakost1@mail.ru

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА КОМПАНИИ ПАО «МАГНИТ» В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность. В современном мире, в условиях нестабильности мировой экономики, компании каждый день подвергаются массе угроз, которые в худшем

случае могут привести к банкротству предприятия. В этой связи для успешного управления предприятием необходимо адекватно оценивать позиции компании и понимать ее реальные возможности, что не может быть выполнено в полной мере без предварительной оценки степени финансовой устойчивости предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию оценки вероятности банкротства на предприятии посвящены научные труды учёных-экономистов Э. Альтмана, Дж. Ольсена, Р. Таффлера, Р. Лиса и других.

Цель исследования: оценка вероятности банкротства предприятия ПАО «Магнит» путем расчёта ряда показателей.

Результаты исследования. Для оценки вероятности банкротства компании ПАО «Магнит», действующей в условиях нестабильности мировой экономики, проведен расчёт пятифакторной модели Альтмана, по результатам которого сделан вывод о нахождении ПАО «Магнит» в состоянии финансовой устойчивости.

Оценка вероятности банкротства – количественная оценка вероятности наступления банкротства предприятия, то есть не способности своевременно и в полном объеме рассчитаться по обязательствам перед кредиторами и инвесторами. Банкротство возникает в случае финансового кризиса на предприятии в следствие влияния следующих факторов:

- неэффективное управление заемным капиталом;
- превышение заемного капитала над собственным;
- большой размер просроченной дебиторской задолженности;
- низкая рентабельность производства;
- снижение объема продаж из-за бракованной продукции.

Для того чтобы избежать наступления банкротства разрабатываются модели оценки вероятности банкротства. Это позволяет заблаговременно диагностировать ухудшение ключевых финансовых показателей предприятия, которые могут спровоцировать возникновение риска банкротства.

Наиболее известными моделями являются Z-счет Альтмана, коэффициент Спрингейта, модель Лиса. Z-счет Альтмана представляет собой функцию от пяти показателей, которые характеризуют экономический потенциал предприятия и результаты его деятельности за прошедший период.

В общем виде пятифакторная модель Альтмана для компаний, акции которых котируются на бирже имеет вид:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + x_5$$

Значение показателя в модели Альтмана:

- более 2,99 – зона финансовой устойчивости («зеленая» зона);
- от 1,8 до 2,99 – зона неопределенности («серая» зона);
- менее 1,8 – зона финансового риска («красная» зона) [4].

Рассчитаем показатели данной модели в период с 2016 по 2018 года для компании ПАО «Магнит». [1] [3]

$$2016: Z = 1,2 * (-0,23) + 1,4 * 0,236 + 3,3 * 0,247 + 0,6 * 16,51 + 0,003 = 10,78$$

$$2017: Z = 1,2 * (-0,31) + 1,4 * 0,251 + 3,3 * 0,26 + 0,6 * 9,738 + 0,003 = 6,68$$

$$2018: Z = 1,2 * 0,351 + 1,4 * 0,212 + 3,3 * 0,224 + 0,6 * 25,308 + 0,003 = 16,65$$

Так как рассчитанные показатели больше 2,99, можно заключить, что компания ПАО «Магнит» в период с 2016 по 2018 года находилась в «зеленой» зоне или в состоянии финансовой устойчивости.

Значение показателей в модели Альтмана [2]

Коэффициент	Формула расчета	Расчет по РСБУ
x_1	$\frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 1200} - \text{стр. 1500}}{\text{стр. 1600}}$
x_2	$\frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2400}}{\text{стр. 1600}}$
x_3	$\frac{\text{Операционная прибыль}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2300}}{\text{стр. 1600}}$
x_4	$\frac{\text{Рыночная капитализация}}{\text{Обязательства}}$	$\frac{\text{Рыночная капитализация}}{\text{стр. 1400} + \text{стр. 1500}}$
x_5	$\frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2110}}{\text{стр. 1600}}$

Выводы. Исходя из проведенной с помощью Z-счета Альтмана оценки вероятности банкротства, можно сделать вывод, что компания ПАО «Магнит», действующая в условиях нестабильности мировой экономики, находится в состоянии финансовой устойчивости и имеет минимальный риск банкротства, а также очень высокую устойчивость финансового состояния.

Список литературы:

1. Финансовая отчетность ПАО «Магнит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=7671&type=3> (дата обращения 19.04.2019).
2. Модель Альтмана (Z-счет Альтмана). Прогнозирование банкротства бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finzz.ru/model-altmana.html> (дата обращения 19.04.2019).
3. Магнит (MGNT) капитализация (годовые значения) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://smart-lab.ru/q/MGNT/f/y/MSFO/market_cap/ (дата обращения 19.04.2019).
4. Edward, I. Altman Corporate Credit Scoring Models [Электронный ресурс] / Edward, I. Altman. – Режим доступа: <http://people.stern.nyu.edu/ealtman/zscorepresentation.pdf> (дата обращения 19.04.2019).

Кузнецова М.А., студентка

Пилипенко В.В., старший преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

mashutik99@mail.ru

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИИ И КИТАЯ

Актуальность темы исследования определяется влиянием межрегионального и приграничного сотрудничества на развитие взаимоотношений Китая и России. Межрегиональное сотрудничество становится одной из наиболее важных форм

развития российско-китайских отношений. Они прилагают совместные усилия для формирования и развития отношений стратегического партнерства.

Анализ последних исследований и публикаций. 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 и др. Среди зарубежных авторов, следует выделить: Лу Наньцюань, Луань Цзинх, Ян Сюэфэн и Ван Шинцай.

Цель исследования. Проанализировать состояние, изменения, структуру приграничного сотрудничества между ДФО и Китая, в контексте усиления взаимных экономических и политических интересов двух государств на современном этапе.

Результаты исследования. Дальневосточный федеральный округ (ДФО) является основным центром сосредоточения приграничной торговли РФ и Китая. Подробно рассмотрим особенности приграничной торговли РФ и Китая на примере данного региона.

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	11078	10141	-8	6368	-37	6131	-4	7771	27
Экспорт	5449	5419	-1	3868	-29	3850	0	5081	32
Импорт	5629	4722	-16	2500	-47	2281	-9	2 690	18

Исходя из данных в таблице 1, можно сделать вывод, что за этот период складывалась тенденция сокращения объемов внешней торговли между ДФО и КНР, что объясняется 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 2015 году -37% по отношению к 2014.

Основами статьями экспорта из Дальневосточного округа в Китай является сырьевые товары. 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 [2].

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.). 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.

Лесная отрасль считается значимой частью дальневосточной экономики и составляет по различным оценкам от 5 % до 10 % ВВП региона [3], однако, РФ вносил 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.

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.

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].

По импортным объемам, 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.

Так как, на сегодняшний день приграничные отношения России и Китая являются первостепенным направлением развития сотрудничества этих стран, проанализируем зависимость ВВП России от объема внешнеторгового оборота ДФО и КНР.

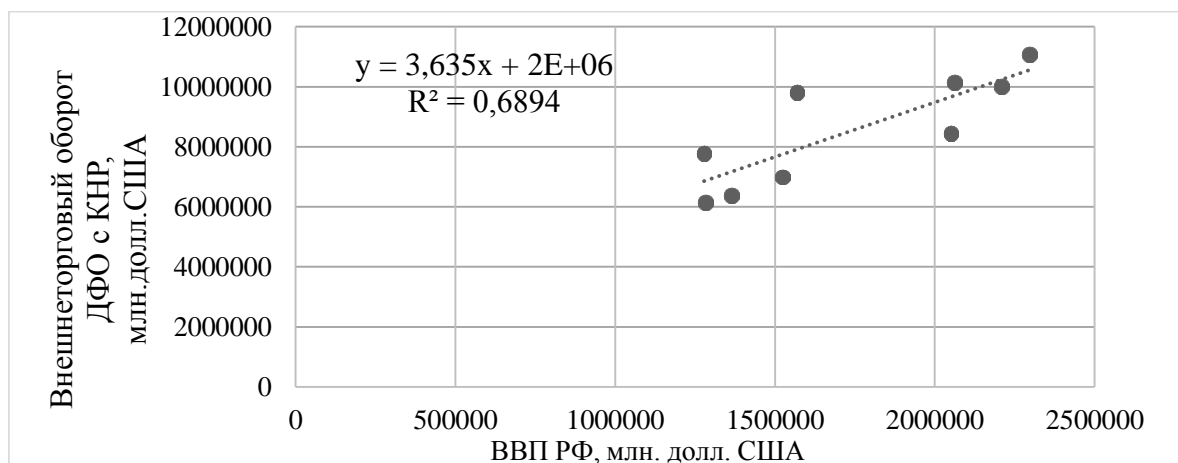


Рис. 1. Зависимость между объемом ВВП РФ и внешнеторговым оборотом ДФО и Китая за 2010-2018 гг. (млн. долл.)

Анализ статистических данных подтверждает положительную корреляцию между ВВП и внешнеторговым оборотом, то есть отмечается высокая степень зависимости между ВВП и внешнеторговым оборотом, и в случае, если значение внешнеторгового оборота ДФО и Китая будет расти, то и значение ВВП РФ также будет возрастать.

Коэффициент детерминации R-квадрат, который показывает степень статистической зависимости между показателями ВВП и внешнеторговым оборотом, составляет 0,689. Это означает, что расчетные значения модели на 68,9% объясняют зависимость между изучаемыми параметрами. Поэтому линейный тренд подходит для анализа имеющегося набора данных объемов ВВП и внешнеторгового оборота за анализируемый период. Таким образом, внешнеторговый оборот ДФО и КНР положительно воздействует на экономический рост России.

На основе корреляционного анализа автор делает прогноз на 2019-2020 года. С учетом параметров линейная функция имеет вид: $y = 3,635x + 2 \cdot 10^6$

Исходя из сделанного прогноза, который отображен на рисунке 2 можно заключить, что внешнеторговый оборот ДФО и Китая в 2019 году снизятся до 8 255 635 долл. по сравнению с 2018 годом, и в 2020 составит 7 664 608 долл., отслеживается тенденция уменьшения внешнеторгового оборота. Сегодня Китай меняет свой профиль на производителя высокотехнологичных товаров [5]. Следовательно, при таком переходе можно наблюдать снижение товарооборота.

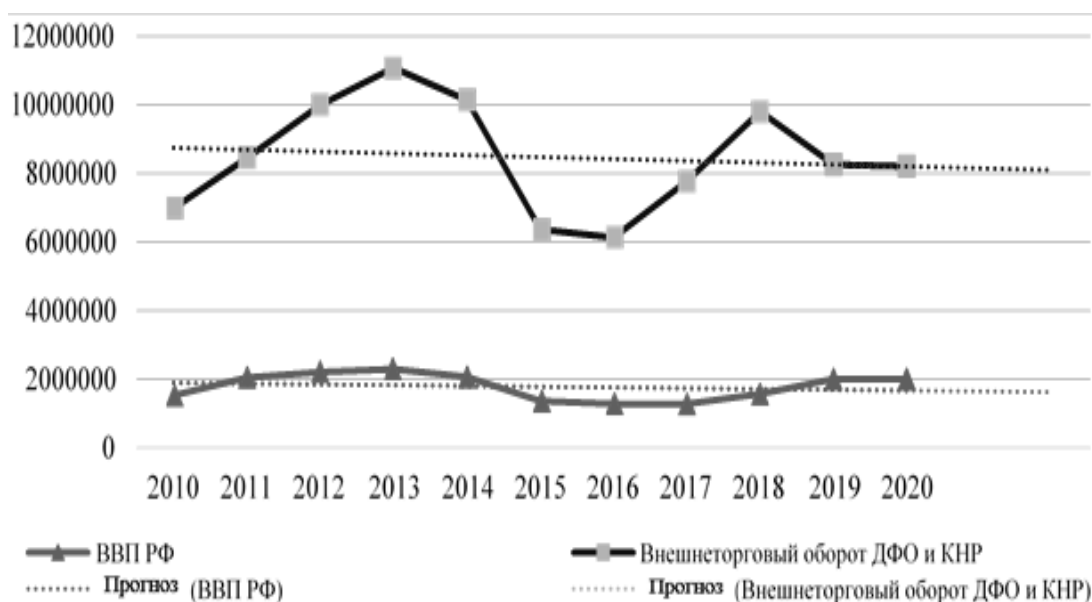


Рис. 2. Прогноз ВВП и внешнеторгового оборота на 2019-2020 гг., млн. долл.

Выводы. Таким образом, 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 течение 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.

Список литературы:

1. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/index.php> (дата обращения 14.04.2019).
2. Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russchinatrade.ru/>
3. Шутаева, Е.А., Черемис, А.А. Основные направления трансграничного сотрудничества России и Китая / Е.А. Шутаева // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – №12. – С. 86-92.
4. Чэнь Ц. Проблемы и перспективы экономического взаимодействия между провинцией Хэйлунцзян (Китай) и России / Известия Уральского государственного экономического университета. – 2016. – № 1 (57). – С. 26-31.
5. Александрова, М. В. Российско-Китайское приграничное и региональное сотрудничество: новые тенденции и проблемы / М.В. Александрова // Сборник Китайская Народная Республика: политика, экономика, культура. – Российская Академия наук; Москва, 2017. – С. 86-98.

Кушнир А.С., студентка
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
nastya-kushnir98@mail.ru

АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ

Актуальность. Одной из главных тенденций развития мировой экономики на сегодняшний момент является стремление государств к экономической интеграции. Понимая всю важность и необходимость углубления интеграции, страны стремятся достигнуть сближения своих позиций в главных вопросах экономического и финансового взаимодействия. В настоящее время региональная интеграция наравне с процессами глобализации предстает как определяющий фактор современной политической и геополитической картины мира.

Латиноамериканские страны первыми в развивающемся мире встали на путь экономической интеграции. В данном регионе в начале 1960-х годов появились первые интеграционные группировки, целью которых являлась интенсификация торговых связей между соседними странами и укрепление их позиций на мировой арене. В итоге процесс экономической интеграции уже около шести десятилетий реформирует и модернизирует экономику Латинской Америки, в значительной мере устанавливает основные тенденции развития международных торговых отношений, оказывает влияние на направления трансграничных инвестиционных потоков, стимулирует укрепление корпоративных связей и образование различных форм производственной кооперации, оказывает воздействие на страны региона с целью более тесного политического контакта [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Данная тема освещена в научных трудах и теоретических разработках отечественных авторов, таких как Кричевский С. Ю., Барановский В. Г., Плотницкий М. И., Буторина О.В., Турбан В. Г., Кудрявцева Е.В. Помимо этого тема освещена в интернет-источниках исследовательских организаций, международных статистических служб.

Цель исследования. Целью работы является изучение теоретических основ и тенденций развития процессов региональной экономической интеграции в Латинской Америке.

Результаты исследования. Основным фактором, определяющим положение Латинской Америки на мировой арене, является показатель региональной экономической интеграции, а также плотность внутрирегиональных производственных и финансовых отношений.

Экономическое и социальное развитие Латинской Америки до определенного момента являлось отсталым, потому как ее экономика носила зависимый характер и не имела взаимного товарооборота. Данный фактор приводил к зависимости страны от своих партнеров и ограничивал возможность занять определенное место в международном разделении труда. Таким образом, огромная необходимость устранения этой зависимости и стала главной предпосылкой появления латиноамериканской интеграции.

На протяжении двадцатого столетия Латинская Америка прошла несколько этапов резких смен экономического развития. После Второй мировой войны латиноамериканские страны приступили к реализации планов по развитию внутренних экономик. Сформировавшийся на тот момент экспортный сектор экономики региона являлся огромным шагом к реализации планов модернизации [3].

Происходящие процессы интеграции в латиноамериканских странах дают возможность усилить региональное взаимодействие, закрепить свои позиции на мировой арене, увеличить уровень экономического развития и защитить свои интересы в сотрудничестве с более сильными партнерами.

В период 2007-2017 гг. странам региона удалось достичь увеличения уровня ВВП, промышленного производства и внешнеторгового оборота, значительно укрепить финансовое положение, снизить уровень безработицы и инфляции. Другими словами, улучшились все макроэкономические показатели (табл.1).

Таблица 1

Динамика макроэкономических показателей стран Латинской Америки [2]

Показатель	2007	2010	2015	2017
ВВП (млрд. долл.)	1926	2764	5031	6021
Экспорт (млрд. долл.)	392	584	898	1099
Импорт (млрд. долл.)	354	509	865	1100
Государственный долг (% ВВП)	57,0	42,4	29,8	32,3
Внешний долг (% ВВП)	39,9	24,6	19,8	21,0
Чистые ПИИ (млрд. долл.)	39,8	57,7	110,4	142,1
Валютные резервы (млрд. долл.)	198	262	656	830
Инфляция (%)	8,2	6,1	5,4	5,0
Безработица (%)	11,1	9,0	7,3	7,2

Стоит отметить, что увеличению уровня экономического развития поспособствовала благоприятная конъюнктура на международных рынках, которая смогла обеспечить растущий спрос и достаточно высокие цены на сырьевую и продовольственную продукцию. Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно наблюдать, что за 2007-2017 гг. уровень ВВП увеличился в 2,5 раза, экспорт вырос в три раза, в четыре раза – объем чистых прямых иностранных инвестиций [3,4].

Анализируя экономическую ситуацию в странах Латинской Америки, можно заметить, что на процесс развития региональной интеграции существенно повлияла внутриотраслевая торговля. Рассмотрим пример внутриотраслевой торговли в Меркосур.

Данное объединение от других субрегиональных интеграционных блоков Латинской Америки отличается одна главная особенность: в него входят две сильнейшие, промышленно-развитые экономики региона – Бразилия и Аргентина. Отсюда очевидно следует, что крупный по объемам торговый обмен предопределяет высокие показатели внутриотраслевой торговли всего Меркосур.

Анализ уровня внутриотраслевой торговли в странах Меркосур является актуальным, потому как раскрывает новые аспекты интеграционного процесса. Торговая интеграция внутри объединения испытывает стагнацию, доказательством чего является отсутствие доли внутризональной торговли.

Говоря о динамике показателей стран Меркосур, стоит отметить деятельность Тихоокеанского альянса. По состоянию на начало 2017 г. страны – участницы этого объединения на паритетной основе отменили 92% таможенных пошлин и создали совместную фондовую биржу, старшую крупнейшей в регионе по количеству компаний и совокупному объему их капитализации. Члены данной группировки испытали снижение взаимного товарообмена, но позитивно сказался факт увеличения поставок. Это можно увидеть на примере экспорта Колумбии в Мексику, Перу и Чили.

По статистическим данным, в 2015-2017 гг. при сокращении экспорта Колумбии на 47% поставки в Перу снизились на 17%, а в Мексику возросли на 8%. В общем

продажи колумбийской продукции на рынках партнеров Тихоокеанского альянса сократились на 28% и в 2017 году составили 9% общего объема экспорта Колумбии [5].

Таким образом, из всего вышеизложенного можно прийти к выводу, что сокращение внутрирегиональной интеграции является не единственным фактором торможения интеграции. На сегодняшний день выделяют две главные причины:

1) различия в экономической модели развития (одни страны проводят политику открытых рынков такие как Мексика, Чили и Перу, другие придерживаются концепции жесткого государственного регулирования);

2) сильная зависимость от экономической политики США.

Наличие данных препятствий побуждает радикально усилить взаимодействие интеграционных объединений, осуществить сближение Меркосур и Тихоокеанского альянса, чтобы создать на данной основе гравитационный центр региональной экономики.

Выводы. Для эффективного развития национальных экономик стран Латинской Америки, устранения напряженности и конфликтов, усиления международного сотрудничества и решения проблем региона необходимо достигнуть ощутимых успехов в рамках интеграционных структур. Умение государств управлять формой интеграционных процессов, способность сочетать требования и уступки во внешнеэкономической сфере, открывают им стратегические возможности перегруппировки сил при выходе на более высокий уровень экономического взаимодействия в мировой системе.

Список литературы:

1. Яковлев, П.П. Латинская Америка на переломе трендов. Опыт осмысления новых явлений / П.П. Яковлев // Латинская Америка. – 2015. – № 7. – С. 4-18.

2. Яковлев, П.П. Интеграция в Латинской Америке: центростремительные и центробежные тренды. Контуры глобальных трансформаций / П.П. Яковлев // Латинская Америка. – 2017. – №2. – С. 86-100.

3. Евдокимов, А.И. Интеграционные процессы в странах Латинской Америки: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / А.И. Евдокимов, Л.В. Грук. – Режим доступа: <http://www.m-esopomy.ru> (дата обращения 13.04.2019).

4. Костюнина, Г.М. Интеграция в Латинской Америке [Электронный ресурс] / Г.М. Костюнина. – Режим доступа: <http://www.mgimo.ru> (дата обращения 13.04.2019).

5. Дергачев, В. Геополитическая трансформация Латинской Америки [Электронный ресурс] / В. Дергачев // Вестник аналитики. – М. – 2013. – № 2-3. – Режим доступа: <http://dergachev.ru> (дата обращения 13.04.2019).

Король С.А., студент

Юничева Н. Ш., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

styopa_korol@mail.ru

КРИПТОВАЛЮТА BITCOIN: ФЛАГМАН СРЕДИ ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫХ ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ ПЛАТЕЖА

Наблюдаемая в последнее время высокая нестабильность финансовых рынков не только развивающихся, но и развитых стран подогревает интерес инвесторов к новым формам денежных активов. Одной из таких форм являются криптовалюты, и самая

распространенная из них биткойн. В данной статье освещены принципы и проблемы майнинга криптовалюты, а также изменения, произошедшие с показателями курса валюты и требованиями к ее добыче за 11 лет.

Актуальность: на данном этапе развития мировой экономики стабильная криптовалюта типа bitcoin кажется наиболее вероятной альтернативой современным деньгам. Понимание ее природы означает компетентность и доверие со стороны населения, соответственно, постепенное упрощение любых транзакций и увеличение стоимости криптовалюты, что интересно для каждого держателя средств.

Анализ последних исследований и публикаций: в работе использованы выдержки, информация из работ авторов, посвятивших карьеру изучению природы биткойна: Манахов В. А., Власов А. В., Алекс Тапскотт и Дон Тапскотт, Натаниэль Поппер, Акт Р. и др.

Цель работы: прояснить природу самой популярной криптовалюты, с учётом факторов роста ее инвестиционной привлекательности, а также расписать принципы и проблемы ее добычи.

Биткойн (англ. Bitcoin, международное принятое сокращение BTC) – инструмент платежа в электронном виде, относящийся к области децентрализованных цифровых систем «криптовалюта». Для подтверждения операций в таких системах используется Peer-to-peer или P2P сеть, основанная на равноправии всех участников.

Майнинг – так называемая добыча биткойнов, представляющая собой перебор решений криптозадачи в грубой форме. Для этого используется следующее оборудование: графические процессоры (GPU), процессоры компьютеров (CPU), ASIC-устройства (асики), практикуется также облачный майнинг [1].

Майнить криптовалюту получается блоками, сейчас в одном блоке содержится 25 BTC. Размер блока уменьшается в геометрической прогрессии через каждые 250 тысяч блоков, тем самым общее количество когда-либо эмитированных BTC никогда не превысит 21 000 000 [2].

Работа в системе Биткойн, включая операции с одноименной криптовалютой, осуществляется через безопасную программу-клиент с защищенным доступом. Действия в клиенте анонимны, другие участники не могут идентифицировать, от кого исходит транзакция, кому принадлежит BTC, в каком количестве и т.д.

Первое официальное упоминание о системе появилось в октябре 2008 года на сайте bitcoin.org, одновременно была произведена массовая информационная email-рассылка. На момент появления биткойна его стоимость равнялась от 700 BTC / 1\$, с того момента и по сей день эта величина рассчитывается по формуле:

$$1 \text{ BTC} = E \cdot n / M, \quad (1)$$

где E – средневзвешенная мощность оборудования для майнинга;

n – стоимость киловатта электричества в США;

M – общее количество добытых на момент транзакции биткойнов.[3]

Первая электронная биржа, на которой осуществлялась торговля биткойнами, была запущена в 2011 году и называлась MtGox. Стартовая стоимость 1 BTC на ней равнялась 0,05\$. Платформа по сей день сохраняет одно из первых мест по популярности среди торговых площадок для BTC.

За первые 5 месяцев торгов курс 1 биткойна вырос в 20 раз, сравнявшись с 1 долларом к февралю 2012 года. Этот факт в совокупности с последующим стремительным ростом курса рассматриваемой криптовалюты продемонстрировал ее высокую инвестиционную привлекательность. Параллельно с интересом инвесторов

росло количество хакерских атак на систему, имеющую относительно высокий уровень анонимности. Тем не менее, эмиссия биткойнов продолжала осуществляться высокими темпами, к 10 апреля 2013 года 1 BTC приравнялся к 266 долларам США. [4]

Результаты исследования. Возвращаясь к вопросу майнинга криптовалюты: за весь период существования валюты bitcoin сложность ее добычи возросла в 50 (!) миллионов раз. Это автоматически означает повышение требований к производительности оборудования для решения криптозадач, которая измеряется в хэшах за секунду (H/s или х/сек). Если в 2008 году достаточно было хешрейта в 7 мегахэшей, к 2019 году этот показатель вырос почти до 4 петахэшей, что эквивалентно 4 квадриллионам хэшей в секунду. Такова основная проблема получения криптовалюты с помощью майнинга: оборудование стоит дорого и быстро изнашивается либо требует повышения мощности.

На данный момент самой ожидаемой развязкой проблемы «гонки вооружений» в области майнинга станет переход ресурсов от частных персон к корпорациям, у которых есть возможности для создания высокомоощного оборудования. Есть версия, что Bitcoin со временем распределится между несколькими конкурирующими корпорациями, что разрушит главный принцип децентрализованности системы. Тогда криптовалюта потеряет смысл.

Выводы. Таким образом многие из тех, кто лишь поверхностно знаком с понятием bitcoin и майнинг, заблуждаются, думая, что имеют дело с очередной финансовой пирамидой. Было бы неправильно относить биткойн к мошенническим схемам. На самом деле, у этой криптовалюты есть будущее, и в первую очередь, она является наглядной моделью системы, способной вытеснить реально существующие деньги. Однако природа биткойна, как и любой другой электронной валюты, биполярна. С одной стороны, этот инструмент может дать новый виток развитию мировой экономики, с другой – может привести к финансовому кризису ввиду утраты децентрализации в системе.

Список литературы:

1. Сулейманов, С. История биткойнов. TJOURNAL [Электронный ресурс] / С. Сулейманов. – Режим доступа: <http://tjournal.ru/paper/bitcoin-history> (дата обращения 13.04.2019).
2. Генпрокуратура, ФСБ и МВД объявили войну биткойну [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics/07/02/2014/903913.shtml> (дата обращения 13.04.2019).
3. Виноградов, Р. Фундаментальные проблемы экономики на Bitcoin [Электронный ресурс] / Р. Виноградов. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/181356/> (дата обращения 13.04.2019).
4. Raszl, I. The exponential growth of Bitcoin value explained [Электронный ресурс] / I. Raszl. – Режим доступа: <http://bitcoinowl.com/exponential-growth-bitcoin-value-explained> (дата обращения 13.04.2019).

Логвинова А.О., студентка
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
anna.logvinova.09@mail.ru

МЕСТО КРИПТОВАЛЮТ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Актуальность. В условиях глобализации в мировой экономике все большее место занимают криптовалюты и цифровизация экономики. За последний десяток лет эта тема набирает свою популярность и значимость в развитии государств. На современном этапе каждая страна стремится создать все условия для развития цифровых технологий, также своей национальной криптовалюты и разработать методы ее регулирования.

Анализ последних публикаций. Роль криптовалют и их влияние на цифровую экономику проанализированы российскими и зарубежными экономистами, финансистами, технологами и операторами, такими как Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Сальников Е.В., Крейг Райт, Мэтью Хэнкок и др.

Цель исследования. Показать и проанализировать место и влияние криптовалют в современной мировой экономике, определить достоинства и недостатки.

Результаты исследования. В августе 2018 году при встрече «Большой двадцатки» страны обсуждали переход к цифровым технологиям в экономической, социальной сферах и в государственном управлении. Применение модернизированных информационных технологий, новых средств платежа в производстве экономического продукта, использование инновационных методов распространения данных – одни из основных принципов цифровой экономики. Для осуществления всего выше перечисленного необходимо создание новых средств осуществления платежа, где дается главная роль криптовалютам [1, с.378].

Криптовалюта – конвертируемая валюта, основанная на математических принципах, которая для создания защищенной и децентрализованной информационной экономике использует криптографию. Децентрализация - это способ работы системы, в которой все участники равны. При оплате картой терминал отправляет запрос на сервер банка, который проверяет наличие денег на счету, списывает нужную сумму и отправляет подтверждение. Но если сервер упадет, он не сможет подтвердить оплату – это недостаток централизации. В децентрализованной системе терминал обратится к любым ближайшим участникам системы, которые подтвердят оплату.

Криптовалюту можно использовать, например, в таких целях:

- как и любое обменное средство, криптовалюту нужно использовать для обмена на товары или на другую валюту. За нее можно покупать товары и услуги, при этом уменьшить комиссии за перевод денег. Также потоки монет можно хорошо запутать и сделать свои покупки полностью анонимными.

- криптовалюта — хороший инструмент для долгосрочных инвестиций. Можно просто купить монеты и ждать, пока они вырастут в цене. Курс биткоина вырос с \$10/BTC до \$10 000/BTC всего за несколько лет.

- курс криптовалют волатилен, скачки в 5-6% за день – норма. Спекулянты хорошо зарабатывают на таких краткосрочных колебаниях с помощью криптобирж [2].

В настоящее время существует многочисленное количество криптовалют, одними из основных являются: биткоин, эфир, лайткоин, монеро и дэш. Рынок виртуальных валют быстро и активно развивается, на рис.1 отображена рыночная капитализация криптовалют [3].

Существуют дешевые криптовалюты с небольшой капитализацией, но интересной идеей:

- El Petro. Национальная криптовалюта Венесуэлы, первая государственная крипта в мире;
- GRAM. Криптовалюта от основателей Телеграма;
- CryptoKitties. Криптовалюта на основе блокчейна, в которой вместо монеток – карточки с изображениями котиков.

Курс криптовалют не привязан ни к нефти, ни к золоту. Невозможно не сказать, что биткоин практически одинаков с золотом, поэтому нельзя скрывать тот факт, что они могут в дальнейшем стать на один уровень, их сходства в том, что их трудно добывать, находятся в малом количестве и больших затрат требуют операции, проводимые с ними. Однако есть одно преимущество у биткоина. Благодаря скорости цифровой экономики, он может перемещаться гораздо быстрее, чем золото в любую точку мира и невозможность его подделки. Единственный фактор, поднимающий в цене, например, биткоин – ограниченная эмиссия и повышение или понижение спроса: количество биткоинов лимитировано.

Cryptocurrencies		Exchanges	Watchlist		USD	Next 100	View All
#	Name	Market Cap	Price	Volume (24h)	Circulating Supply	Change (24h)	Price Graph (7d)
1	Bitcoin	\$69 182 717 298	\$3 933,52	\$10 139 569 504	17 588 000 BTC	0,68%	
2	Ethereum	\$14 069 761 654	\$133,70	\$4 350 086 238	105 234 075 ETH	0,30%	
3	XRP	\$12 962 711 824	\$0,312866	\$704 874 413	41 432 141 931 XRP *	-0,77%	
4	Litecoin	\$3 444 055 629	\$56,57	\$1 570 138 377	60 877 836 LTC	0,76%	
5	EOS	\$3 276 590 872	\$3,62	\$1 514 772 390	906 245 118 EOS *	0,26%	
6	Bitcoin Cash	\$2 378 079 301	\$134,57	\$356 122 677	17 671 925 BCH	4,32%	
7	Binance Coin	\$2 111 514 665	\$14,96	\$137 505 541	141 175 490 BNB *	-1,69%	
8	Stellar	\$2 080 424 538	\$0,108268	\$197 432 007	19 215 591 746 XLM *	5,16%	

Рис. 1. Рыночная капитализация криптовалют

Из-за того, что система денежных переводов перестала функционировать в полной мере, особенно это было видно, когда банк Morgan Stanley, подписав кредит в размере 9 миллиардов долларов с японским банком, не успел перевести деньги, потому что платежная система не работала по причине праздничных дней. В следствии этого на современном этапе электронные деньги считаются эффективным и быстрым средством платежа, что ускоряет различные переводы и действия как в финансовой, так и в экономической сфере [4, с.41].

Так как цифровая экономика основана на электронных технологиях, то она подвергается различным опасностям со стороны хакеров или другим действиям взлома, что может привести к ее сбою. В связи с этим разработаны различные методы защиты информации, которые используются в криптографии. При помощи хеш-функций атрибуты криптовалюты кодируются и полученный код называется хешем. Таким образом, пользователи могут производить различные транзакции, не узнав реального владельца криптовалюты, хоть они и находятся в открытом доступе.

Однако несмотря на то, что, многие государства запрещают проводить операции с криптовалютами на национальном рынке. Не исключением остается и Россия, Центробанк главным образом смущает курс криптовалют, который невозможно

предугадать, а также отсутствие понятий, которые бы дали право регламентировать биткойны, потому что на обычные валюты они не похожи, а имуществом в полном смысле этого слова их назвать нельзя. Однако тенденции современной экономики заставляют власть задумываться над легализацией электронных денег. По предварительным данным, в России можно будет совершать сделки с криптовалютой на официальном уровне только зарекомендовавшим себя инвесторам на биржах, саму криптовалюту приравняют в понятии к «иному имуществу», а владельцев капиталов в криптовалютах заставят декларировать цифровую валюту [5, с.81-84].

Выводы. На основе проведенного исследования можно сделать следующий вывод, что на современном этапе в условиях глобализации страны стремятся к цифровизации экономики, что способствует развитию и появлению новых криптовалют. Появление криптовалют – следующий шаг в развитии экономики. Электронные деньги – эквивалент бумажных, только управлять ими удобней. С точки зрения государства и бизнеса безналичные расчеты тоже удобны – электронные платежи проходят быстро, дешево, безопасно. Однако это не во всех случаях может привести только к положительным явлениям, развитие новых технологий, их модернизация, применение информационных технологий, может негативно сказаться на развитии человечества и взаимоотношений между людьми.

Список литературы:

1. Винья, П. Эпоха криптовалют. Как биткоин и блокчейн меняют мировой экономический порядок / П.Винья, М. Кейси. – 2018. – с. 378
2. Криптовалюты и цифровая экономика 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bitcryptonews.ru> (дата обращения 13.04.2019)
3. Рыночная капитализация криптовалют 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinmarketcap.com/> (дата обращения 13.04.2019).
4. Пшеничников, В.В. Электронные деньги как фактор развития цифровой экономики/ В.В. Пшеничников // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2017. – С. 41
5. Орлова, Г.А. Новые криптовалюты в мировой экономике / Г.А. Орлова, Е.В. Тарнавская. Российский внешнеэкономический вестник. – 2017. – С. 81-84

Лукьянченко Р.А., студент,
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
konders1320@gmail.com

ФИНАНСОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: ОСОБЕННОСТИ КРУГОВОРОТА

Актуальность. Инвестиционная работа считается одной из главных форм финансовой работы человека. Способности становления экономики и достижения финансового подъема во многом ориентируются инвестиционными процессами в стране. Инвестиционный процесс реализуется и управляется сквозь инвестиционную политическому деятелю страны. Инвестиционная политического деятеля ориентирована на внедрение и составление инвестиционного потенциала, который, в свою очередь, считается итогом инвестиционных процессов и реализован на инвестициях.

Анализ последних исследований и публикаций. Финансовые инвестиции: особенности круговорота рассматривали такие авторы как С.В. Шарыбар, И.Л. Мезенцева, Л.Н. Саргсян, П.П. Ковалев, М.Л. Гончаренко, Е.В. Максимова и др.

Цель исследования: предложить разработку подходов к увеличению производительности применения инвестиционного потенциала.

Результаты исследования. Понятие инвестиции на практике связано с определением объектов вложений, инвестиционного процесса, инвестиционной деятельности. По объектам вложений инвестиции делятся на производственные и финансовые.

Производственные инвестиции – это вложения финансовых средств в новое строительство и техническое перевооружение предприятия. К производственным инвестициям обращаются инвесторы, стремящиеся получить прибыль за короткий период времени. Процесс накопления финансовых ресурсов, не входя в инвестиционную деятельность, является ее необходимой предпосылкой. Инвестиционная деятельность – основа индивидуального кругооборота фондов на предприятии. Инвестиционный цикл включает один оборот инвестиций, т.е. движение стоимости, авансированной в капитальное имущество, от момента аккумуляции денежных средств у застройщика до момента их возмещения [3].

Финансовые инвестиции – это покупка ценных бумаг, а реальные инвестиции – вложения капитала в промышленность, сельское хозяйство, строительство, образование и др. Сюда относится использование организационно-технических структур вновь образованного бизнеса для изъятия прибыли в ходе уставной деятельности созданного с привлечением инвестиций предприятия. Финансовые инвестиции представляют собой вложение капитала в различные финансовые инструменты инвестирования, главным образом ценные бумаги, с целью реализации поставленных целей как стратегического, так и тактического характера. Инвестирование в финансовые активы осуществляется в процессе инвестиционной деятельности предприятия, которая включает в себя постановку инвестиционных целей, разработку и реализацию инвестиционной программы [2]. Для понижения значения риска денежные вложения исполняются как правило в различные финансовые инструменты, совокупность которых создает инвестиционный портфель. Возможно понизить воздействие деловых и денежных рисков на ваш инвестиционный портфель за счет диверсификации, достигаемой методом покупки инвестиционных активов, доходность которых не взаимосвязана. Составление диверсифицированного портфеля разрешает получать больше размеренную доходность. В общем инвестиционная работа охватывает надлежащие рубежи: составление скопления - инвестиции ресурсов (инвестирование) - получение выгоды. Получение выгоды и прироста денежных средств - главная задача трейдеров (инвесторов). Характеристики прибыли определяют все параметры инвестирования, то есть вложения ресурсов [4].

В целях инвестиционной работы фирмы в рыночных аспектах принимают заключение эти инвестиционные задачи:

1. Реализуется выбор инвестиционных намерений и исполняется размещение капиталов в согласовании с избранными намерениями (является одним из самых главных);

2. Исполняется оптимизация или же постоянная корректировка авторитетной структуры фирмы привлечением источников внешнего финансирования (эмиссия ценных бумаг, кредиты банков);

3. Складываются скопления и распределяются дивиденды, обоснованной дивидендной политическом функционером оптимизируется пропорция между инвестициями и дивидендами. Методы решения обозначенных задач и определяют

свойства процесса инвестирования (основного шага инвестиционной деятельности) каждой конкретной фирмы. Почвой инвестиционной работы считается перевоплощение вложений, повторяющиеся; прирост скоплений – издержки – прирост крупного имущества – выгода – вложения (накопления). Систематическое воспроизводство данной цепочки преобразований оформляет кругооборот вложений. Впрочем, есть особенности кругооборота производственных и денежных вложений. Кругооборот производственных вложений, выделяясь в стадии, порождает кругооборот денежных вложений, оказывает обратное воздействие на кругооборот производственных вложений. В итоге это приводит к слиянию, неразделимости струй производственных и денежных вложений в рамках отдельной компании и до их окончательного выделения за пределы фирмы на локальных и государственных рынках капиталов. Схематически кругооборот инвестиций представлен на рис. 1.

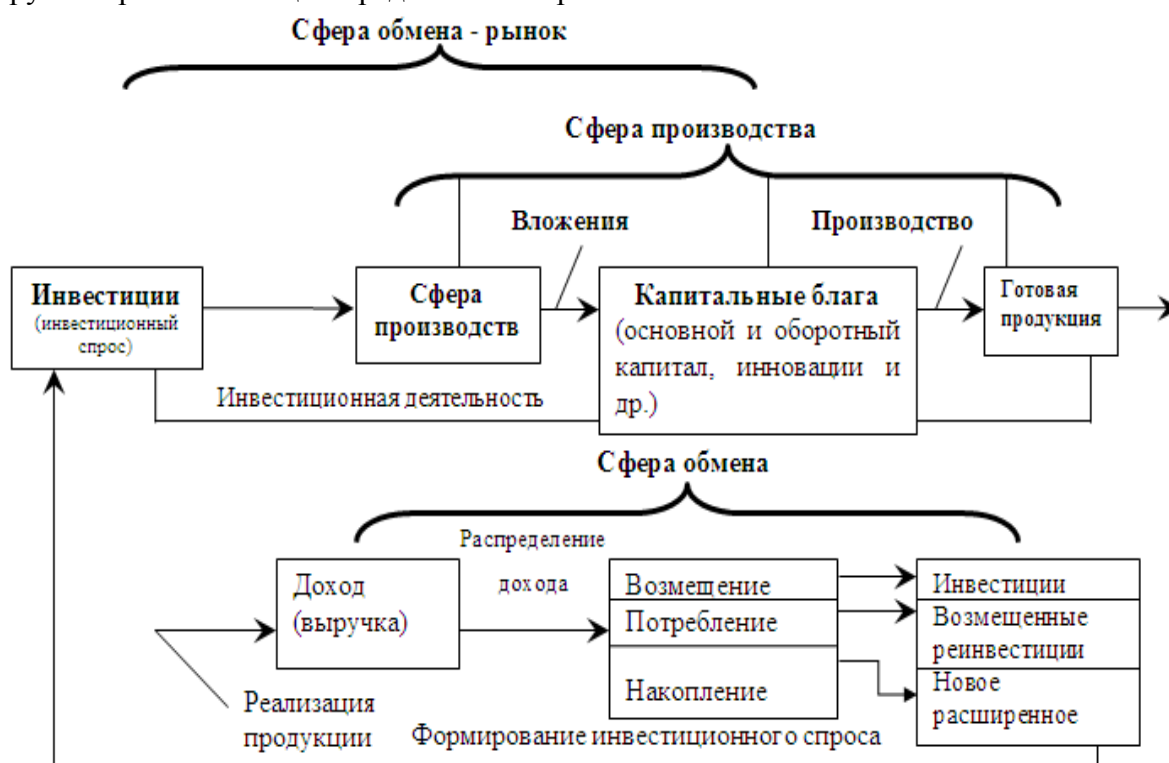


Рис. 1. Кругооборот производственных инвестиций корпорации нефинансового сектора

Согласно рис. 1 выделяют надлежащие главные рубежи перемещения производственных вложений, или же инвестиционного процесса:

1. Осуществление инвестиционного спроса (накопления), то есть процесса сотворения производственных мощностей;
2. Процесс изготовления продукции (инвестиционных или же потребительских товаров, дел и услуг);
3. Осуществление продукции, получения дохода;
4. Распределение дохода, составление инвестиционного спроса.

Совокупность этапов движения инвестициям оформляет кругооборот инвестициям. Из приведенной схемы следует, что инвестиционная работа доводится как в сфере изготовления, так и в сфере обращения (обмена). В сфере изготовления инвестиционная работа означает создание свежих инвестиционных товаров, имеющих материально-вещественную форму. Это, в частности, строительство производственных сооружений и коммуникаций, создание оборудования, добыча сырья, подготовка обученных служащих.

В критериях функционирования рыночной экономики вероятностей для инвестирования валютных средств, направляемых на реализацию планов большое количество. Впрочем, почти все российские фирмы располагают ограниченными свободными экономическими ресурсами, которые они ориентируют на инвестирование действенных инвестиционных и инновационных планов. В следствие этого появляется задача, итогом заключения которой обязана закрепиться оптимизация инвестиционного ранца. Преимущественное внимание для множества российских компаний предполагают вложения в настоящие производственные активы [1, с.22].

Скопление не отвечают размерам реализованных инвестиций, то есть расходам на реализацию инвестиционных планов. Это приведет к неравномерному наращиванию круговорот инвестиций, продукта и дохода. Эта неравномерность отразится на серьезной структуре фирмы, будет неоптимальной с точки зрения максимизации выгоды.

Выводы. Одним из важных критериев удачного функционирования экономики государства в целом, а еще одной из наивысших сфер работы любого хозяйствующего субъекта считается воплощение инвестиционной работы. Инвестирование дает собой одним из наиболее весомых качеств работы всякий оживленно развивающейся платной организации. Под вложениями знают валютные способы страны, компаний и телесных лиц, направляемые на создание, обновление ведущих фондов, на реконструкцию и техническое перевооружение компаний, а также на покупку акций, облигаций и иных ценных бумаг и активов. Ключевыми аргументами в пользу надобности вложений, считаются подъем производительности изготовления и максимизации выгоды. В конечном результате, они важны для обеспечения обычного функционирования фирмы в будущем, размеренного денежного состояния и максимизации выгоды.

Список литературы:

1. Ивасенко, А. Г. Инвестиции. Источники и методы финансирования / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – М.: Омега-Л, 2017. – 264 с.
2. Уильям, Ф. Шарп Инвестиции / Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 315 с.
3. Реальные и финансовые инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.info/5-36451.html> (дата обращения: 10.11.2018).
4. Кругооборот и оборот инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy-gu.info/info/137882/> (дата обращения: 07.12.2018).

Малютина Д.Р., студентка

Туралина А.Г., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

dayanatal31@gmail.com

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РОССИИ И ЕЕ ОТРАСЛЕЙ

Актуальность темы исследования. Иностранные инвестиции играют важную роль в развитии экономики государства, стимулировании воспроизводственного процесса, наращивании научно-технической базы и освоении новых направлений деятельности. Приток инвестиций зависит от различных факторов, главный из которых – благоприятный инвестиционный климат. В этой связи важное значение приобретает улучшение инвестиционного климата страны и ее приоритетных отраслей развития, как

одного из наиболее важных критериев принятия инвестором решения о вложении средств.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием проблемы привлечения инвестиций в экономику России занимались такие ученые-экономисты, как Дроздова В.В., Вишняков А. И., Герасина О. Н., Климова Н.В., Мурашкина С.Ю. и др. Однако данная проблема требует систематической проработки из-за постоянно меняющихся условий внешней и внутренней среды, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель исследования состоит в разработке путей привлечения иностранных инвестиций в экономику государства на основе анализа инвестиционной привлекательности России и выявления отраслей с наиболее благоприятным инвестиционным климатом.

Результаты исследования. Согласно методологии учета прямых иностранных инвестиций Центрального Банка России, прямые инвестиции - категория трансграничных инвестиций, при которых резидент одной страны контролирует или имеет значительную степень влияния на управление предприятием, являющимся резидентом другой страны.

Главные компоненты прямых инвестиций представлены участием в капитале и долговыми инструментами. Прямые инвестиции могут включать в себя вложения нерезидентов в недвижимость в Российской Федерации и вложения резидентов Российской Федерации в недвижимость за рубежом, которые в таком случае рассматриваются как прямые инвестиции в условную институциональную единицу (резидента или нерезидента) [5].

В 2018 году произошло резкое снижение инвестиционной привлекательности России по причине значительных геополитических рисков, снижения темпов экономического роста и высокой вероятности увеличения количества международных санкций. Вследствие чего объемы прямых иностранных инвестиций в Россию существенно снизились.

По данным Центрального Банка [2], прирост реального ВВП в России в 2018 году составил около 1,6%, что в три раза ниже усредненного показателя среди развивающихся стран, и в два раза меньше мировых темпов роста. Это показывает, что в 2018 году отставание России от большинства развитых стран, осталось неизменным.

Согласно прогнозам НИУ ВШЭ [3] и Всемирного Банка, в 2019 году прирост ВВП в России снизится до 1,3%, в 2020 году будет наблюдаться ускорение до 1,6%, а в 2021 году - до 1,9%.

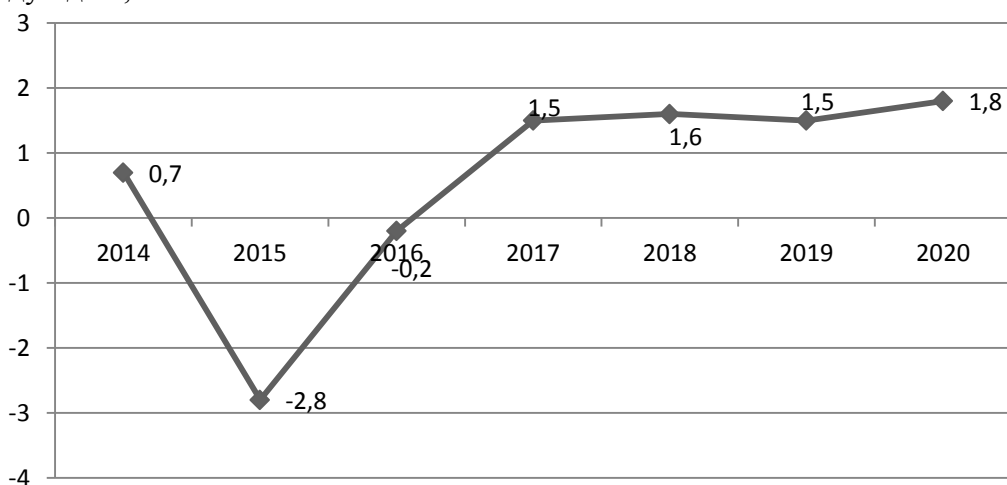


Рис. 1. Прирост реального ВВП России (2014-2020, %). Источник: Росстат, Всемирный Банк [4]

Низкие темпы роста экономики приведут к тому, что Россия продолжит отставать от других стран в 2019 году. Это окажет негативное влияние на инвестиционный климат России, в сравнении со странами с более высокими показателями.

В 2018 году произошло значительное снижение уровня прямых иностранных инвестиций в страну. По данным Центрального Банка, показатель снизился в 5 раз: с 28,6 млрд. долл. США в 2017 году, до 5,7 за три квартала 2018 года (рис. 2).

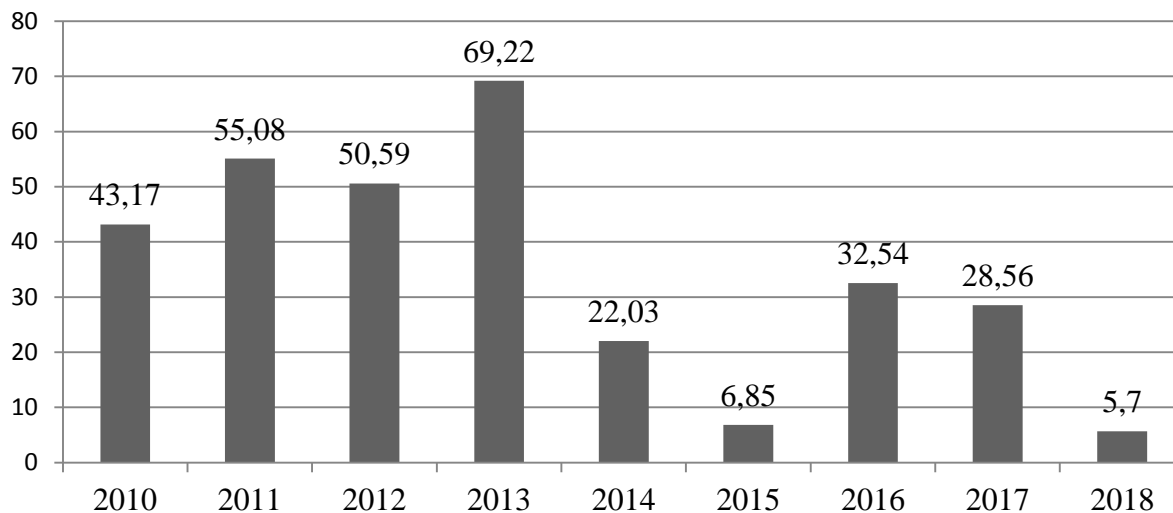


Рис. 2. Объем прямых иностранных инвестиций (2010-2018), млрд. долл. США

Как видно из диаграммы, за три квартала 2018 года уровень прямых иностранных инвестиций принял наименьшее значение с 2010 года.

Также в 2018 году наблюдался высокий рост оттока капитала из страны, большая часть которого приходится на покупку иностранных активов. Чистый отток капитала за 3 квартала составил \$42,2 млрд., что в 3,5 раза больше аналогичного периода 2017 года (\$12 млрд.) (рис. 3).

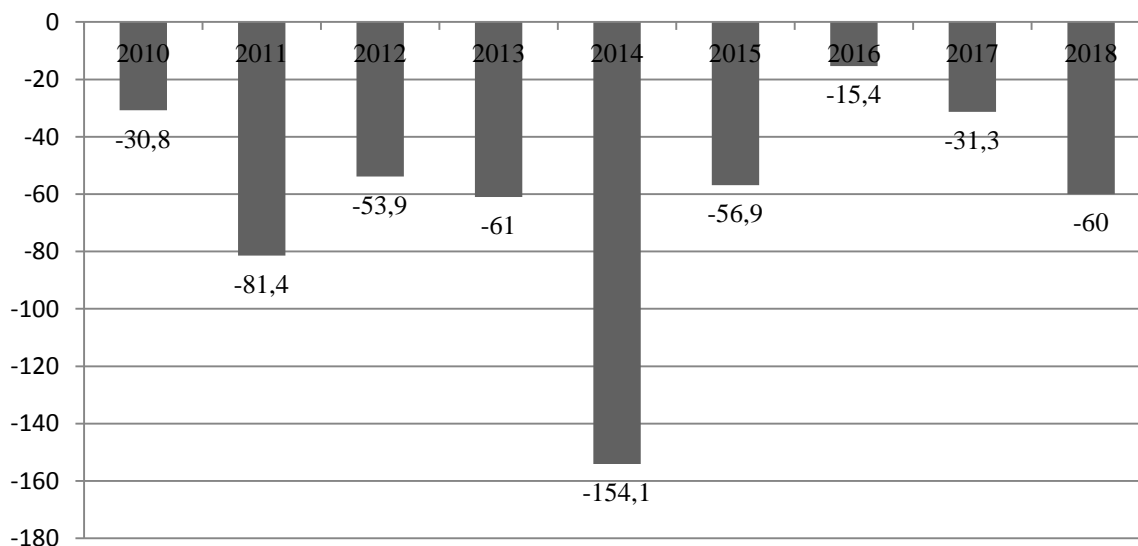


Рис. 3. Отток капитала из России по годам (2010-2018, млрд. долл. США)

Увеличение оттока капитала из страны в условиях роста финансовых результатов работы отечественных организаций некоторые ученые-экономисты связывают с низкой инвестиционной привлекательностью большинства отраслей, и высоким барьером входа в отрасли с хорошим инвестиционным климатом.

Отток капитала в 2018 году составил 60 млрд. долл. США, по данным Центрального Банка.

Также значительный отток капитала наблюдается и на фондовом рынке. В 2018 году иностранными инвесторами было выведено более \$1 млрд. из фондов, ориентированных на российский рынок. Этот вывод средств из российских фондов - наибольший с 2013 года.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что такой уровень оттока капитала из страны обуславливается ожиданиями инвесторов увеличения количества международных санкций и низким экономическим ростом России в 2018 году.

На данный момент основными причинами снижения ПИИ и ухудшения инвестиционного климата России являются санкции, и опасения увеличения общего санкционного давления.

Основные негативные последствия санкций для экономики заключаются в непредсказуемости условий на рынке, что препятствует успешному ведению бизнеса. В свою очередь, перспектива наращивания санкций приводит к снижению инвестиционного климата в стране. Из-за опасения потери прибыли за счет высоких рисков для предпринимательской деятельности внутри страны, в 2018 году увеличился вывод капитала из страны, вложения российских предпринимателей в иностранные активы. Отток средств из российских фондовых рынков привел к снижению капитализации российских компаний. Помимо этого, рост негативных ожиданий со стороны иностранных инвесторов также во многом вызван санкциями, в результате чего от них в 2018 году пострадал и уровень ПИИ.

Рассматривая инвестиционную привлекательность по видам экономической деятельности, необходимо обратить внимание на удельный вес отрасли в ВВП, ее налоговую нагрузку и объем инвестиций в основной капитал.

Традиционно в России приоритетными считаются топливно-энергетический комплекс (ТЭК), транспорт, машиностроение и строительство.

По данным Росстата можно сделать вывод, что по налоговой нагрузке и по инвестициям в основной капитал первое место за 2018 год занимает добыча полезных ископаемых: 36,7% и 3199,6 млрд. руб. соответственно. По доле в ВВП на первом месте находится оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (14,3%), второе и третье место занимают обрабатывающие производства (13,7%) и добыча полезных ископаемых (12,9%), в которых задействованы компании ТЭК.

Отраслями с наибольшим уровнем прямых иностранных инвестиций за три квартала 2018 года стали добыча топливно-энергетических полезных ископаемых и финансовая и страховая деятельность. Объем ПИИ в добычу топливно-энергетических полезных ископаемых составил 5,3 млрд. долл. США, поступления в финансовую и страховую деятельность – 6,03 млрд. долл. США. (Источник: Центральный Банк России). Несмотря на общее падение объемов ПИИ, добыча топливно-энергетических полезных ископаемых стабильно занимает лидирующие позиции по их уровню с 2014 года. До кризисного года и введения международных экономических санкций, основными отраслями, получавшими большую долю инвестиций в основной капитал, были обрабатывающие производства, в т.ч. производство кокса и нефтепродуктов, оптовая и розничная торговля, и финансовая и страховая деятельность.

Выводы. Таким образом, за 2018 год инвестиционная привлекательность России значительно снизилась, причинами этого стали низкий экономический рост, значительные геополитические риски и перспективы увеличения количества международных санкций. Прирост реального ВВП в 2018 году находился значительно ниже общих темпов роста мировой экономики и развивающихся стран. Поступления

ПИИ в Россию также существенно сократились, вместе с ростом оттока капитала из страны почти в два раза с уровня 2017 года. Санкции существенно повлияли на инвестиционный климат России, препятствуя предпринимательской деятельности за счет дестабилизации условий на рынке. До 2014 года основной поток ПИИ направлялся в такие отрасли, как обрабатывающие производства, оптовая и розничная торговля, и финансовая и страховая деятельность, но после введения экономических санкций лидирующие позиции по уровню ПИИ стабильно занимает добыча топливно-энергетических полезных ископаемых. В 2018 году правительством России был предложен ряд мер по совершенствованию инвестиционного климата страны за счет улучшения инфраструктуры. В него вошли такие ключевые мероприятия, как трансформация делового климата путем организации экспертных групп, сбора предложений от предпринимателей, пересмотра регуляторных норм; совершенствование контрольно-надзорной деятельности, развитие корпоративного законодательства и конкуренции.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 11.04.2019).
2. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения 12.04.2019).
3. Институт «Центр развития» НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/> (дата обращения 04.04.2019).
4. Группа Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vseirnnyjbank.org/> (дата обращения 28.03.2019).
5. Методология официального статистического учета прямых инвестиций в Российскую Федерацию и прямых инвестиций из Российской Федерации за рубежом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/meth-kom-di.pdf. (дата обращения 28.03.2019).

Манько А.А., студент

Бойко А.Н., к.э.н, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

alexmanko1104@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ НА РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность темы. Современный мир перешел в новую тревожную геополитическую фазу развития политических и экономических отношений на мировой арене. В 2018 году определились новые риски и неопределенности на мировой экономической арене: растущая военная напряженность, экономические и коммерческие сбои и дестабилизирующие петли обратной связи между меняющимися международными отношениями и внутривнутриполитическими условиями в странах, появление новых глобальных геополитических конфликтов, торговая война между двумя крупнейшими державами. На данном этапе необходимо определить геополитические и экономические риски, которые будут иметь огромное влияние на развитие мировой экономики.

Анализ последних исследований и публикаций. Данной проблематикой занимались такие российские ученые Г.Г. Газимагомедов, А.Я. Анцупов, В.А. Сысенко, Т.В. Андреева и зарубежные ученые Ф. Эджворт, Дж. Хиршлайфер

Целью данной работы является анализ потенциального влияния геополитических и экономических конфликтов на развитие мировой и российской экономик.

Результаты исследования. Государства всегда использовали инструменты экономической политики и дипломатии для достижения своих геополитических национальных целей. Стоит отметить, что в двух государствах, которые традиционно были одними из самых решительных сторонников глобальной экономической интеграции, в Великобритании и США, возникла неопределенность в отношении их политики, связанной с торговлей.

Мировая экономика началась в 2018 году с мирового экономического роста. Экономика США ускорила благодаря фискальным стимулам, принятым в начале 2018 года, в то время как экономики еврозоны, Великобритании, Японии и Китая начали ослабевать. Эти различные тенденции сохранятся во второй половине 2019 году. IHS Markit прогнозирует, что глобальный рост сократится с 3,2% в 2018 году до 3,1% в 2019 году и продолжит замедляться в течение следующих нескольких лет.

Геополитические и экономические конфликты имели огромное влияние на развитие мировой экономики в 2018 году. На данном этапе развития политического и экономических центров влияния можно выделить 5 главных игроков на мировой арене: США, ЕС, Китай, Россия и Великобритания. Проблема геополитического конфликта носит глобальный характер, являясь фундаментальной составляющей социального мира, с которой связано будущее человечества.

Главные геополитические и экономические риски, которые могут перерасти в межгосударственные конфликты и повлиять на развитие мировой экономики в 2019-2020 годах отметили аналитики The Economist. В таблице 1 отсортировано потенциальные дестабилизирующие события по «интенсивности риска»: их воздействие на мировую экономику оценено по шкале от 1 до 15. Сила риска учитывает вероятность события, от очень низкого до очень высокого и его влияние на мировую экономику и экономику РФ.

Самое большое влияние на мировую экономику имеет торговый конфликт между Китаем и США. Данный конфликт может перерасти в глобальную торговую войну, которая заденет всю мировую экономическую систему. Глобальная торговая война, несомненно, значительно увеличит неопределенность бизнеса. Затем это повлияет на инвестиции во всем мире, особенно в странах с более открытой и зависимой от торговли экономикой.

Управляющий Банка Англии Марк Карни отметил, что торговля помогла стимулировать рост глобального экономического развития начиная с 2016 года. Падение мировой торговли, несомненно, окажет отрицательный эффект. JPMorgan также подчеркивает, что его «основанные на модели оценки не могут, уловить потенциал для большего сопротивления по мере снижения деловых настроений. Опасения связаны с растущим риском того, что рост тарифов станет сигналом более фундаментального сдвига в политике США, который, несомненно, затронет всю экономическую систему в мире.

Большинство экономистов согласны с тем, что при сегодняшних более низких долгосрочных процентных ставках страны с развитой экономикой могут выдерживать значительно больше долгов, чем могли бы в противном случае.

Появление киберпространства в качестве нерегулируемого поля битвы также создало новые способы продвижения государственных интересов, позволяя

вмешиваться во внутренние политические или экономические дела, которые могут рассматриваться как акты агрессии, если преследуются другими средствами.

Таблица 1

Потенциальные дестабилизирующие события, которые имеют значительное влияние на развитие МЭ

Конфликт	Вероятность события	Потенциальное воздействие на МЭ	Интенсивность риска	Потенциальное влияние на экономику РФ
Торговая война между США и Китаем	средняя	очень сильное	15	среднее
Долговое бремя компаний США приведет экономику страны к рецессии	средняя	очень сильное	12	слабое
«Жесткий» вариант Brexit	средняя	среднее	11	незначительное
Масштабный кризис в экономиках развивающихся стран	средняя	очень сильное	10	среднее
Крупнейшие кибератаки	средняя	очень сильное	9	среднее
Территориальные споры	средняя	сильное	8	сильное
Резкий скачок цен на нефть из-за дефицита в поставках	низкая	очень сильное	8	сильное
Выборы в Украине, Аргентине, ЕС	средняя	среднее	6	среднее
Конфликт на Корейском полуострове	средняя	среднее	5	сильное
Конфликты на рынке технологий	средняя	очень слабое	4	очень слабое
Резкий рост безработицы	Очень низкая	очень сильное	3	слабое
Появление новых оффшорных зон	Очень низкая	среднее	2	среднее

5G – это глобально конкурентоспособная гонка не только между перевозчиками, но и между странами. Новый сетевой стандарт обеспечит более высокие скорости и меньшую задержку при работе с цифровыми технологиями, а также будет стимулировать инновации в дополненной и виртуальной реальности, подключенных автомобилях и «умных домах». США и другие рынки могут предпринять дальнейшие действия против китайских телекоммуникаций Huawei и ZTE, и данная ситуация может перерасти в первую глобальную войну за первенство в сфере инновационных разработок.

Также необходимо отметить выборы с высокими ставками во всем мире повлияют на приоритеты геополитики. Почти 2 миллиарда человек будут голосовать на национальных выборах в течение 2019 года. Выборы пройдут на следующих развивающихся рынках: в Индии, Индонезии, Нигерии, Украине и Аргентине. В Германии появится новый лидер. Выборы в Европарламент пройдут 23–26 мая. Вновь избранные правительства начинают свои сроки в Бразилии и Мексике. Изменение в политической ситуации страны может существенно влиять на национальные политические и экономические интересы стран. Но также, это может привести к новым геополитическим конфликтам.

Решимость Китая выдвигать территориальные и морские претензии и расширение Инициативы «Пояс и дорога» (БРИ) вызвали отклик у соседних держав. Япония и Индия, например, изучают более структурированные формы стратегического сотрудничества как в экономической, так и в военной сфере. Эта инициатива может стать более значимой, если в ней примут участие дополнительные партнеры, такие как Австралия, США или даже европейские государства.

Некоторые экономисты утверждают, что пересечение евразийской суши с решеткой экономических коридоров может подорвать стабильность государственной системы региона. В начале 2017 года в Шри-Ланке появились признаки этого, когда на церемонии, посвященной началу строительства особой экономической зоны Китая, разразились насильственные протесты. Еще один потенциальный спусковой механизм может исходить от экономических коридоров, пересекающих оспариваемую территорию – например, СРЕС. проходит через Гилгит-Балтистан, часть Кашмира, которой управляет Пакистан, но на которую претендует Индия

Выводы. Политические ошибки остаются самой большой угрозой глобальному росту в 2019 году и в последующий период. Торговые конфликты опасны не потому, что они уже нанесли ущерб - они этого не сделали, – а потому, что они могут легко обостриться и выйти из-под контроля. Кроме того, растущий бюджетный дефицит в США, высокий уровень долга в США, Европе и Японии и потенциальные ошибки со стороны ключевых центральных банков представляют угрозу для мировой экономики.

Список литературы:

1. Война тащит экономику вверх, чтобы сбросить вниз. 6 фундаментальных причин негативного влияния на экономику США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/177768120.html> (дата обращения 01.04.2019).

2. Геополитические конфликты и экономика: какая связь? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru/articles/89232> (дата обращения 01.04.2019).

3. Экономическая глобализация и ее влияние на рост конфликтов в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-globalizatsiya-i-ee-vliyanie-na-rost-konfliktov-v-sovremennom-mire> (дата обращения 01.04.2019).

Мисюк Е.В., студентка

Кравченко В.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

mevlenochka@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность Информационные технологии плотно вошли во все сферы нашей жизни. За два последних года было создано информации больше чем за всю историю человечества. На данный момент, почти половина жителей Земли подключены к Интернету. Передача информации происходит быстрее. Предполагается, что к 2020 году большая часть информации будет находиться в облаке. Цифровая экономика открывает большие возможности для обмена информацией, ведения бизнеса, международного сотрудничества и образования.

Анализ последних исследований и публикаций.

Вопросами цифровой экономика занимаются Корчагин Ю.А., Гамидов Г.С., Вукович Г.Г., Михайлович Б.А. [2].

Цель исследования. Исследовать теоретические основы и разработать практические рекомендации перспективы развития цифровой экономики.

Объект исследования – процесс развития цифровой экономики.

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты исследования перспектив развития цифровой экономики.

Результаты исследования. Владимир Иванов дает определение «Цифровая экономика – это виртуальная среда, дополняющая нашу реальность». Развитие Интернет стало отправной точкой для развития новых экономических отношений [5].

В 1999 году Билл Гейтс в своей книге «Бизнес со скоростью мысли» пишет: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса» [1].

Большинство компаний понимают необходимость использования цифровых технологий, но при этом не спешат активно вкладываться в данную сферу. Наибольшим стимулирующим фактором для применения цифровых технологий, большинство компаний считает, поддержку государством. Направления, которым государство могло бы оказать поддержку:

1. Поощрение конкуренции – цифровая экономика затрагивает большой спектр направлений. Ведущую роль необходимо назначить частному бизнесу.

2. Формирование общих технологических платформ – необходимость перехода применения цифровых технологий сразу целой компании является затратным, для решения данной проблемы государство может выступить организатором основных платформ и автоматизированных систем.

3. Создание нормативной базы – для создания правомерного регулирования в сфере цифровой экономики требует развитие отдельно правовых институтов. Базовым нормативным документом для развития цифровой экономики является закон «Об информации и информационных технологиях», принятый народным советом ДНР 7.08.2015 (постановление №I-278П-НС) [4].

4. Квалифицированный заказчик-государство должно быть заинтересованно в продукции и услугах создаваемых с помощью цифровых технологий.

5. Налоговое стимулирование для развития цифровых технологий- для стимулирования роста ИТ-компаний необходимо создание налоговой льготы

6. Подготовка кадров – развитие цифровой экономики потребует большого числа не только ИТ-специалистов и программистов, но и квалифицированных пользователей, умеющих работать в данной сфере.

7. Обеспечение безопасности – важным условием для развития экономики является защищенность данных от приступных посягательств. Для этого необходимо подготовить не только правовую базу, но и квалифицированных киберполицейских.

8. Поддержка научного потенциала – государство должно финансировать научные проекты, стимулировать развитие науки в данном направлении.

9. Продвижение на внешний рынок – государство может помочь продвижение новых продуктов и услуг, основанных на цифровых технологиях, поддерживая участие компаний на зарубежных выставках, компенсируя затраты на патентование, снижая налоги по экспортным кредитам.

10. Трансграничное сотрудничество – государство должно обеспечить возможность использования серверов, предлагаемых мировым рынком, стимулировать вхождение компаний в глобальные технологические альянсы.

Рост цифровой экономики будет зависеть от успеха таких технологий как:

1. 5G связь – увеличение скорости передачи данных до 10 гбит/сек, приведет к развитию промышленной автоматизации.

2. 3D печать – данная технология позволит создать новые рабочие места и удешевить производство.

3. Блокчейн – данная технология позволит передавать информацию без внедрения третьих лиц и создавать цифровую валюту. Одним из ярких примеров

цифровой валюты, является биткойн. Блокчейн особо будет полезен для Африки, где почти 70% населения не имеют доступа к банку.

4. Искусственный интеллект – данной технологией заинтересованно большинство крупных компаний. Распознавание человека по отпечатку пальца и сетчатки глаза, наиболее распространены в телекоммуникациях, автомобилестроении и финансовой отрасли.

5. Виртуальная реальность – согласно GoldmanSachs, видеоигры и здравоохранение к 2025 году станут лидерами использования виртуальной реальности.

Россия обладает большим количеством высококвалифицированных специалистов, которые способны разрабатывать свои собственные Интернет приложения. Сегодня Россия далека от стран лидеров, внедряющих цифровую экономику. Доля цифровой экономики в ВВП России составляет 3,9%, что в 2–3 раза ниже, чем у передовых стран. Но стоит отметить, что в последнее время наблюдается положительная тенденция. В России практически с нуля удалось создать крупные цифровые компании, и некоторые из них добились международной известности. Это крупнейший в мире независимый онлайн-банк «Тинькофф Банк», который не имеет физических отделений, цифровые порталы и экосистемы сервисов «Яндекс» и Mail.ru, социальная сеть «ВКонтакте», компания по производству цифровых решений в области безопасности «Лаборатория Касперского» и многие другие.

Использование цифровых технологий расширит возможности, как в государственном секторе, так и в бизнесе. Российская Федерация уже запустила портал www.gosuslugi.ru, с помощью которого значительно повысилась доступность различных государственных услуг, сократилось время на их получение. По данным графика «Доступ цифровым сервисам в России и странах ЕС» (рисунок 1) отмечен высокий показатель проникновения мобильной связи, которая включает в себя интернет - услугу. Согласно Указу Президента РФ от 01.12.2016 N 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», к 2020 г. 95% населения Российской Федерации будут иметь доступ к интернету [3].



Рис. 1. Доступ к цифровым сервисам в России и странах ЕС

Внедрение цифровой экономики позитивно влияет на жизнь человека. Потребитель экономит, покупая товары в интернет-магазинах, быстрее получает необходимые услуги, может начать свое дело, не выходя из дома.

Однако существуют и риски внедрения цифровой экономики:

1. Киберугрозы – связаны с проблемой защиты персональных данных;
2. Рост безработицы – так как некоторые профессии могут исчезнуть;
3. Цифровой разрыв-разрыв в уровне благосостояния людей.

На практике инновации слабо влияют на развитие экономики, крупный бизнес боится изменений, поэтому внедрение инноваций осуществляет всего 7% предприятий, когда как в Германии это показатель составляет 70%.

Выводы. В заключении отметим, что цифровая экономика – это новый вид экономических отношений, который в ближайшее время займет лидирующие позиции. Возникнут «умные» города, беспилотный транспорт, повысится цифровая грамотность у населения, будет введена единая валюта. Для успешно внедрения цифровой экономики необходимо разработать стратегию развития региона к внедрению цифровой экономики. Создание цифровой экономики должно стать стратегическим направлением нашего региона.

Список литературы:

1. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – 254 с.
2. Корчагин, Ю.А. Диссертация на соискание учёной степени кандидата экономических наук. – Информационный ресурс развития общества. – Воронеж: Вестник ЦИРЭ, 2010. – № 7. – С.31
3. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации: Указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207967 (дата обращения 11.04.2019).
4. Об информации и информационных технологиях: Закон [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://dnrsovetsu/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatie/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-informatsii-i-informatsionnyh-tehnologiyah/> (дата обращения 11.04.2019).
5. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html> (дата обращения 11.04.2019).

Михальцова В.В., студентка

Бойко А.Н., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

1995_valeria@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ НЕСЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. Экспорт товаров и услуг оказывает существенное влияние на тенденции социально-экономического развития Российской Федерации. Главное место в товарной структуре экспорта РФ занимает топливно-энергетический комплекс, однако, важно проследить основные тенденции развития несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ), как приоритетного направления развития внешней торговли.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы данного направления рассматриваются такими учеными, как А.Н. Спартак, А.Ю. Кнобель, А.В. Хохлов, Т.А. Флегантова и другие.

Цель исследования. Анализ товарной структуры ННЭ России с целью определения приоритетных направлений развития экономики страны.

Результаты исследования. В результате исследования определены основные направления ННЭ.

В 2017 г. в России впервые с 2013 г. зафиксирован рост как общего экспорта, так и ННЭ, после нескольких лет снижения экспорт растет по всем ключевым отраслям экономики. Важную роль сыграло усиление национальной системы поддержки экспорта и соответствующего приоритета в экономической политике государства. Благоприятный эффект оказали также рост мировых цен на металлы, высокий урожай зерновых в России. Отдельно стоит отметить положительную динамику поставок машинно-технической продукции. Увеличению экспорта способствовала посткризисная стабилизация экономики, адаптация бизнеса к новым условиям. Несмотря на то, что произошедшее в 2017 г. укрепление рубля повысило издержки на производство российской продукции, выраженные в иностранной валюте, это не привело к сокращению зарубежных продаж. Более того, выросла валютная выручка при поставках в рублях, а компании, значительно интегрированные в международные цепочки, получили возможность закупки иностранных комплектующих и оборудования на благоприятных условиях.

Среди структурных, качественных сдвигов в российском экспорте выделяется категория ННЭ, включающая несырьевые неэнергетические товары и все услуги. Удельный вес данной категории в общем экспорте России вырос с 35 % в 2013 г. до 46–47 % в 2016–2017 гг. (47,5 % в 2016 г. и 46,2 % в 2017 г., некоторое снижение доли связано с расширением энергетического экспорта на фоне роста нефтяных котировок). Укрепление позиций ННЭ в общем экспорте уже можно назвать устойчивой тенденцией. Одновременно несырьевая неэнергетическая экспортная квота в ВВП повысилась до 12–12,5 % в 2015–2017 гг. против 9,4 % в 2013 г. (рис. 1).

Металлопродукция является традиционной международной специализацией России. В российском экспорте черных металлов примерно равны доли продукции нижних (чугун, ферросплавы, стальные полуфабрикаты) и средних (прокат, включая трубы) переделов. В российском экспорте цветных металлов доминируют первичные продукты (80%), тогда как прокат имеет второстепенное значение (более 15 %), а изделия занимают скромную долю.

В российском экспорте продукции машиностроения примерно равный вес имеют гражданские товары и вооружения и продукция двойного назначения. Порядка 12 % общего экспорта продукции машиностроения из России составляет продажа б/у техники и оборудования и реэкспорт. Транспортные средства (включая их комплектующие) — один из двух наиболее перспективных секторов российского машиностроительного экспорта. В нем выделяются два ключевых сегмента: автомобили и авиатехника. Второй главный перспективный экспортный сектор российского машиностроения — производство оборудования. Крупнейшим сегментом здесь в ближайшие годы будет оставаться оборудование для АЭС. Значительным экспортным потенциалом обладает и производство различного неатомного оборудования. В первую очередь это относится к энергетическому, силовому и электротехническому оборудованию, где имеются конкурентоспособные или перспективные образцы турбин, котлов, двигателей, электрораспределительной аппаратуры и пр.



Рис. 1. Структура экспорта товаров и услуг РФ в 2017 г.

Наибольший потенциал роста экспорта связан с продукцией нефтехимии (более 35 % текущего экспорта): базовыми продуктами (мономерами, спиртами и пр.), полимерами, каучуком, шинами. Кроме того, Россия входит в тройку лидеров по экспорту синтетического каучука и является крупным экспортером мономеров и спиртов. По удобрениям и их компонентам (1/3 текущего экспорта) основной потенциал роста связан с восстановлением цен, которые сейчас находятся на весьма низком уровне (в отличие от большинства товарных рынков).

Потенциал роста экспорта в зерновом сегменте (более 40% текущего экспорта) связан с расширением присутствия на рынке АТР за счет строительства транспортной инфраструктуры и урегулированию условий доступа. В сегменте рыбы и морепродуктов (18% текущего экспорта) основной потенциал связан с замещением замороженной рыбы и ракообразных, являющихся, по сути, сырьем, переработанной и премиальной продукцией. В масложировом сегменте (17% текущего экспорта) наибольший потенциал связан с нетрадиционными культурами (соя, рапс). Очень большие перспективы имеет соевый кластер на Дальнем Востоке, расположенный рядом с доминирующим мировым импортером сои – Китаем и другими крупными покупателями. По другим видам базового продовольствия (мясо, молоко, яйца, сахар, плодоовощная продукция) потенциал увеличения экспорта меньше. Существенен он по мясу, однако ему во многом препятствует сложная эпидемиологическая ситуация — во многих странах ввоз различной животноводческой продукции из России запрещен. Значительный потенциал роста экспорта имеется по готовому продовольствию: кондитерским изделиям, крупам, консервам, напиткам и т. д.

Лесобумажные товары обладают довольно значительным потенциалом роста экспорта, хотя и уступающим рассмотренным выше секторам из-за гораздо более скромного размера мирового рынка.

Существенный экспортный потенциал есть по ювелирным изделиям и, особенно, по бриллиантам (требуется изменение регулирования): цена бриллиантов в 15–20 раз превышает цену ювелирных алмазов, по экспорту которых Россия прочно занимает первое место в мире.

По потребительским товарам, не включенным в рассмотренные выше группы (одежда, обувь, мебель, игрушки, спортивный инвентарь, посуда и др.), возможны довольно высокие темпы роста экспорта, однако абсолютное увеличение будет умеренным в силу сравнительно небольшой базы. Аналогично и по второстепенным группировкам

товаров хозяйственного назначения: строительным материалам, техническому текстилю, непищевой сельхозпродукции. Главным рынком в большинстве этих сегментов будет оставаться СНГ, однако по мере создания в России новых эффективных производств станет не только расширяться предложение для него, но и будет осуществляться освоение рынков дальнего зарубежья.

Выводы. Развитие несырьевого неэнергетического экспорта является важной, приоритетной задачей для экономики Российской Федерации, так как это позволит сократить зависимость от экспорта товаров топливно-энергетического комплекса и обеспечит развитие структурных отраслей экономики государства.

Список литературы:

1. Федеральная таможенная служба Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 12.04.2019).
2. Центальный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> <http://www.customs.ru/> (дата обращения 12.04.2019).
3. АО «Российский экспортный центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения 12.04.2019).

Романченко Е. М., студентка
Кошеленко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Lena199930@mail.ru

МИРОВОЙ РЫНОК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: ОЦЕНКА ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Актуальность темы исследования определяется тем, что современный мир и темпы его развития невозможно сейчас представить без результатов интеллектуальной собственности, представляющих собой составную часть интеллектуального потенциала общества. Значительная доля ученых и исследователей считают, что рост современной экономики зависит от инновационной составляющей в куда большей степени, чем от производства. В свою очередь, наряду с такими факторами производства, как земля, труд и капитал, выделяется не менее важный фактор – информация, проявленная в интеллектуальной собственности.

Анализ последних исследований и публикаций: На данном этапе проблема развития прав интеллектуальной собственности не изучена до конца, так как это одна из самых новых отраслей мировой экономики. Однако работы в данной сфере ведутся многими учёными. Среди отечественных учёных можно выделить: Левченко Л.В., Завьялова И.А., Козырева А.Н., Шаховской Л.С., а среди зарубежных: Элиаса С., Стиглица Дж., Друкера П..

Целью работы является изучение теоретических аспектов интеллектуальной собственности, её уникальности и влияния на развитие экономик разных стран, а также проведение анализа проблем регулирования объектов интеллектуальной собственности на современном этапе.

Результаты исследования. На современном этапе научно-технического развития конкурентоспособность национальной экономики определяется интеллектуальным потенциалом и способностью его реализации для решения социально-экономических задач страны.

Интеллектуальная собственность, по определению Конвенции об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности – права на литературные, художественные, научные, произведения, исполнительскую деятельность, фонограммы и радиопередачи, изобретения, открытия, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, коммерческие наименования и обозначения [1].

Главными показателями развития мирового рынка интеллектуальной собственности выступают его количественные характеристики – количество заявок на выдачу патентов и регистрацию товарных знаков, а также количество совершенных по ним регистраций. Но необходимо учитывать тот факт, что значительный объем прав ИС занимают нерегистрируемые объекты – ноу-хау, объекты авторских и смежных прав, по которым информация и условия сделок являются строго конфиденциальными.

В рейтинге стран по патентной активности лидером выступает китайское ведомство, которое получило рекордную сумму в 1,38 миллиона патентных заявок, что более чем в два раза больше, чем в США – 60,7 тыс. заявок. Российская Федерация занимает 8 место в рейтинге патентной активности стран с количеством заявок 36,9 тысяч заявок на 2017 год [1].

Современный этап развития международного рынка интеллектуальной собственности определяется присущими ему тенденциями и закономерностями.

Первая тенденция заключается в увеличении географического охвата за счет присоединения к международной системе защиты прав интеллектуальной собственности новых государств.

Вторая тенденция – увеличение спроса на регистрацию объектов интеллектуальной собственности, а именно на патентные заявки, на изобретения, заявки на регистрацию товарных знаков, заявки на регистрацию промышленных образцов.

Третья тенденция – неравномерное распределение и разнонаправленность патентной активности по странам и регионам.

Более 50% от общего количества действующих патентов приходится на США (24,9%), Японию (18,3%) и Китай (13,9%). Развитые страны нацелены на передачу технологий в развивающиеся страны, поэтому активность изобретателей США, Японии, Германии направлена на внешние рынки. Активность заявителей в развивающихся странах направлена в основном на внутренний рынок.

Четвертая тенденция проявляется в усилении защиты интеллектуальной собственности и развитие механизмов, позволяющих восстановить баланс интересов и предотвратить злоупотребления со стороны правообладателей [3].

Анализируя статистику количества патентных заявок, поданных по системе РСТ, Россия занимает лишь 22-е место (по данным на 2018 год) (таблица 1) [1].

Таблица 1

Распределение стран по числу патентных заявок, поданных в рамках Договора о патентной кооперации (2012–2018 годы), единиц

	Страна	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	США	51858	57453	61484	57131	56591	56680	56142
2	Китай	18616	21508	25544	29838	43091	48900	53345
3	Япония	43523	43772	42381	44053	43209	48206	49702
...
19	Турция	536	805	853	1010	1065	1203	1578
20	Дания	1409	1264	1299	1327	1356	1432	1443
21	Бельгия	1212	1103	1196	1179	1219	1347	1295
22	Россия	1111	1187	953	877	894	929	963
23	Сингапур	714	838	940	907	864	865	930

Проанализировав распределение стран по числу патентных заявок, поданных в рамках РСТ, в период 2012-2018 гг., можно сделать прогноз по числу заявок, поданных РФ с помощью метода аналитического выравнивания и экстраполяции.

Относительно представленных данных в таблице 2 имеем следующее уравнение прямой: $y = 987,71 - 36,39 * t$

Параметр a_1 в линейном тренде означает средний абсолютный прирост, то есть ежегодно количество патентных заявок, поданных РФ в рамках Договора о патентной кооперации, сокращалось на 36,39 единиц.

Расчет теоретических значений показателей, найденных при помощи параметров уравнения a_0 и a_1 , представлен в таблице 2.

Для оценки статистической точности выбранного уравнения тренда рассчитаем относительную ошибку аппроксимации:

$$E_{\text{отн.}} = \sum \left(\frac{|y_t - \bar{y}_t|}{y_t} \right) : n * 100. \quad (1)$$

В данном случае $E_{\text{отн.}} \leq 15\%$ и составило 6,96%. Можно сделать вывод, что уравнение тренда является статистически точным и может быть взято за основу при прогнозировании показателя.

Таблица 2

Динамика патентных заявок, поданных в рамках Договора о патентной кооперации Российской Федерацией (2012-2018 гг.), единиц

Годы	Число патентных заявок, поданных в рамках РСТ, единиц	t	t ²	y _t *t	\bar{y}_t	$ y_t - \bar{y}_t $	$\frac{(y_t - \bar{y}_t)}{y_t}$
2012	1111	-3	9	-3333	1096,89	14,11	0,013
2013	1187	-2	4	-2374	1060,50	126,50	0,107
2014	953	-1	1	-953	1024,11	71,11	0,075
2015	877	0	0	0	987,71	110,1	0,126
2016	894	1	1	894	951,32	57,32	0,064
2017	929	2	4	1858	914,93	14,07	0,015
2018	963	3	9	2889	878,54	84,46	0,088
Итого	6914	0	28	-1019	6914,00	—	0,487

При помощи метода экстраполяции, т.е. процесса переноса сложившейся тенденции в прошлом на будущее, рассчитаем прогнозное значение по числу поданных патентных заявок на 2019 год: $y_{2019} = 987,71 - 36,39 * 4 = 842,14$

Проанализировав динамику подачи Россией патентных заявок за период с 2012 по 2018 гг., был сделан прогноз на 2019 год. Прогнозное значение составило 842,14 единиц, что в свою очередь свидетельствует о тенденции сокращения количества патентных заявок, поданных РФ в рамках РСТ.

Выводы. Таким образом, Россия значительно отстает от стран, являющихся лидерами в патентовании интеллектуальной собственности. РФ необходимо внимательно изучить опыт законодательства об интеллектуальной собственности инновационно-развитых стран, чтобы улучшить нынешнее положение и повысить конкурентоспособность данной отрасли в экономике страны. На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что интеллектуальная собственность является важным экономическим ресурсом и при эффективном управлении процессами создания, коммерциализации и правовой охраны объектами интеллектуальной

собственности может стать ключевым элементом в повышении конкурентоспособности экономики страны в условиях формирования хозяйственной системы нового типа.

Список литературы:

1. Официальный сайт Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/portal/en/> (дата обращения 12.04.2019).
2. Левченко, Л.В. Международный опыт в сфере использования интеллектуального капитала / Л.В. Левченко // Экономические науки. – 2015. – №6. – С. 19-25.
3. Основные тенденции развития права интеллектуальной собственности в современном мире, в том числе новые объекты интеллектуальных прав и глобальная защита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rvc.ru/upload/iblock/85d/Trends_in_Intellectual_Property.pdf (дата обращения 12.04.2019).
4. Официальный сайт федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fips.ru> (дата обращения 12.04.2019).

Сафроненкова Д.А., учащаяся
Позднякова А.В., учитель географии
МОУ «УВК №16 города Донецка»
Dasha.saf1220@gmail.com

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ

Цель работы – определить особенности современной трудовой миграции в мире.

Трудовая миграция подразумевает территориальное перемещение людей с целью поиска работы.

Миграционные потоки трудовых мигрантов внутри страны в географически-пространственном отношении достаточно сложны и многообразны. Трудовая миграция влияет на демографическую ситуацию, на развитие рынков труда и их сегментацию, на конкуренцию. В связи с этим исследование последствий трудовой миграции должно быть качественным и детальным. В настоящее время это связано с кардинальным ростом количества беженцев в Европе. Трансграничные миграции, и прежде всего трудовые, значительно возросли во всех регионах мира.

Из истории трудовой миграции можно выделить 90-е года. Именно с 1990-х годов правительства многих стран начали осознавать несоответствие нынешних потоков мигрантов традиционным институциональным и юридическим системам обращения с иммиграцией, в соответствии с которыми каждая категория мигрантов получала свое четкое определение. Это привело к переоценке международных инструментов в области миграции. С этого момента Международная миграция стала регулироваться резолюцией, принятой Ассамблеей ООН о защите прав всех трудящихся.

Эксперты Международной организации труда выделили несколько типов трудовых мигрантов:

Поселенцы. Эта категория людей, которые переезжают в другую страну с целью поиска постоянного места жительства. Массовый переезд поселенцев в определенное время наблюдался в таких странах, как Канада, Австралия и США.

Рабочие по контракту. Данная категория людей представляет собой временных сотрудников, переезжающих в другую страну или регион для работы на ограниченный

срок. Сюда же входят сезонные (вахтовые) рабочие. Основную часть рабочих по контракту составляют выходцы из стран Азии и некоторых арабских государств. Чаще всего они трудоустроены в сфере обслуживания, общественного питания или в области сельского хозяйства. Также есть сезонное трудоустройство в Европе, Канаде или в странах Карибского региона по сбору урожая и других сельскохозяйственных работах.

Квалифицированные специалисты. Эта категория сотрудников имеет высшее образование и внушительный опыт в какой-либо области. Это могут быть сотрудники крупных иностранных компаний, которые просто совершают перевод внутри своей корпорации. Чаще всего это менеджеры или хорошие специалисты в технической области. Сюда же можно отнести преподавателей и студентов, которые отправляются для обмена опытом или стажировки.

Нелегальные эмигранты. Эти люди находятся на территории государства незаконно, они имеют просроченную визу либо работают по туристической визе. Больше всего нелегальных рабочих наблюдается в США и Европе.

Беженцы. Категория населения, которые покинули свою родную страну в виду какой-либо опасности. Целые семьи покидают дома в поисках политического убежища. После получения статуса беженца в новом государстве они могут официально работать и претендовать на получение вида на жительство [1].

Причины современной трудовой миграции носят, в основном экономический характер, а именно:

- различия в уровне экономического развития отдельных стран;
- наличие национальных различий в размерах заработной платы;
- международное движение капитала и функционирование международных корпораций.

Таблица 1

Последствия трудовой миграции

Для стран, принимающих рабочую силу	Для стран, экспортирующих рабочую силу
<p>Положительные:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уменьшение расходов на производство, связанных с более низкой ценой рабочей силы; 2. Стимулирование роста производства посредством дополнительного спроса на товары и услуги; 3. Решение проблем занятости; экономия на расходах на образование и профессиональную подготовку квалифицированных кадров; 4. В периоды кризиса и безработицы сокращению подвергаются иностранные работники, которые также не обеспечиваются пенсиями и социальными выплатами; 5. Иммигранты улучшают демографическую ситуацию стран. 	<p>Положительные:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экспорт рабочей силы является важным источником пополнения ВВП страны; 2. Экспорт рабочей силы приводит к уменьшению безработицы и социальной напряжённости в стране; 3. Бесплатное для страны-экспортёра обучение рабочей силы новым профессиональным навыкам, новым технологиям, методам управления и т.д.
<p>Отрицательные:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возникновение социальной напряжённости в обществе в ходе борьбы за рабочие места; 2. Межнациональная враждебность; 3. Ассимиляция культур. 	<p>Отрицательные:</p> <p>«Утечка умов», отток квалифицированных кадров.</p>

Современная трудовая миграция имеет свои отличительные особенности. Можно наблюдать следующие тенденции:

- уменьшение притока рабочих в страны Западной Европы.
- миграция с целью воссоединения семей бывших иммигрантов.
- смещение полюсов – некоторые страны Южной Европы превращаются в импортеров рабочей силы, хотя до недавнего времени были экспортерами.
- сохранение высокого роста иммиграции в США.
- страны – добытчики нефти набирают мигрантов из менее развитых государств.
- увеличивается постоянная миграция высококвалифицированных работников [2].

К концу XX века сформировались стабильные потоки рабочей силы, которые послужили для устойчивого формирования регионального рынка труда. На сегодняшний день наиболее крупными являются латиноамериканский, западноевропейский, азиатский, ближневосточный и африканский. Международная организация труда выделяет около 35 миллионов рабочих мигрантов, что составляет около 1,5% всей рабочей силы в мире. Большая часть их принадлежит рабочим специальностям, служащих и управленцев меньшинство. Среди работников с высокой квалификацией наблюдается так называемая «утечка мозгов», их число заметно выросло в последние годы.

По данным исследования Департамента по экономическим и социальным вопросам ООН (ДЭСВ), число международных мигрантов в мире с 2000 года выросло на 49% и составляет сейчас 258 млн. человек. Около 3,4% живущих на Земле являются мигрантами, то есть проживают не в тех странах, где родились. В 2000-м их доля составляла 2,8%. 42% роста населения в Северной Америке с 2000 по 2015 год было обеспечено мигрантами.

Около 64% мигрантов, или 165 млн. человек, проживают сейчас в странах с высоким уровнем доходов. Их доля растет: из 85 млн. человек, ставших мигрантами с 2000 года, 64 млн. (75%) переехали именно в такие страны.

В число международных мигрантов исследователи включили также 26 млн. беженцев. В отчете отмечается, что 22 млн. из них (84%) переселились в страны с низким и средним уровнем жизни.

По состоянию на 2017 год две трети мигрантов проживали в 20 странах, при этом половину миграционного потока приняли десять стран. Больше всего мигрантов (49,8 млн., или 19% от общего числа в мире) проживают в Соединенных Штатах. Далее следуют Саудовская Аравия, Германия и Российская Федерация: в каждой из этих стран проживают около 12 млн. мигрантов. Также в пятерку лидеров входит Великобритания, принявшая почти 9 млн. мигрантов.

Больше всего мигрантов выехали из Индии: за пределами этой страны проживают около 17 млн. человек, родившихся в ней. На втором месте Мексика — 13 млн. покинувших страну. Среди лидеров также Россия, Китай, Бангладеш, Сирия, Пакистан и Украина: число выехавших из каждой из этих стран колеблется от 6 млн. до 11 млн. человек [3].

Канада, Новая Зеландия и Австралия стали первыми кто начал реформирования систем регулирования трудовой миграции. В странах Евросоюза, наблюдается не полная реализация реформ в связи с дуализмом европейских систем, которые подразумевали свободу перемещения трудовых ресурсов в рамках Евросоюза и ограничения приема трудовых мигрантов из ряда третьих стран. Причинами является сложность барьеров языковых, культурных и признания иностранных квалификаций. Кроме того, доля безработных среди трудовых мигрантов из третьих стран в Европе заметно выше, чем среди местного трудоспособного населения. Причем данная пропорция сохраняется и при снижении уровня регистрируемой безработицы [1].

Таким образом, хотелось бы отметить, то современная мировая трудовая миграция приобретает острый характер и требует преобразования миграционной политики многих стран. Так, для стран, принимающих рабочую силу, данные мероприятия должны регулировать потоки мигрантов, чтобы не допустить национальную напряжённость. Страны же, экспортирующие рабочую силу, в первую очередь, не должны допускать отток квалифицированных работников, стимулируя последних оставаться в стране. Потому проблема миграции рабочей силы требует международного регулирования.

Список литературы:

1. О трудовой миграции в современных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ictsd.org/bridges-news/мосты/news/o-трудовой-миграции-в-современных-условиях> (дата обращения 17.04.2019).
2. Мирошниченко, Т.С. Положительные и отрицательные стороны миграции / Т.С. Мирошниченко, Д.А. Внукова // Электронный научный журнал «Международный студенческий научный вестник». – М., 2018.
3. Мировая миграция в цифрах [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций, Департамент ООН по экономическим и социальным вопросам, Отдел народонаселения, Тенденции в объеме международной миграции, 2013 г. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/els/mig/RUSSIAN.pdf> (дата обращения 15.04.2019).

Сидоров И.А., студент
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
i.sidoroff555@yandex.ru

ГЕНЕЗИС ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Актуальность. Сегодня предпринимательские способности как фактор производства стали играть особую роль, ведь современный мир определяется двумя характерными тенденциями: глобализационными процессами и признанием необходимости инновационного типа развития экономики. Что касается первого, то этим процессом пронизана вся жизнедеятельность мирового сообщества – от политики до производства, от образования и науки до экономики и т.д. Касается инноваций – возникает новая связь между производством, техникой, наукой и человеком.

Анализ последних исследований и публикаций. Ф. Янсен утверждает, что человечество сегодня живет в эпоху инноваций, а именно предприниматели выявляют новшества и превращают их в инновации. Из этого следует, что, продолжая мысль Ф. Янсена, активность предпринимателей в условиях глобализационных процессов увеличивается [1].

Наряду с этим, также следует отметить и противоположное мнение ученых-экономистов – научно-техническое развитие и процессы глобализации приводят к отмиранию предпринимателя как индивидуальной единицы, личности. Можно привести в пример работу Джона К. Гэлбрейта «Новое индустриальное государство». Автор утверждает, что на сегодняшний день «предприниматель не существует как частное лицо в развитой промышленной компании» [2]. Следовательно, ученый делает

вывод, что в сегодняшних условиях укрупнения задач, которые стоят перед предприятием, предприниматель все активнее заменяется некоторой технотструктурой.

Схожие мысли можно заметить также в работе «Капитализм, социализм и демократия» Й. Шумпетера [3]. Выводы базируются на двух ситуациях, которые могут возникнуть в пределе глобализации в результате наивысшего уровня научно-технического развития. Обе ситуации связаны с технологическим прогрессом и местом человека-предпринимателя в них.

Данная тема в силу своей постоянно растущей актуальности интересует многих ученых и специалистов. Наиболее глубоко исследования отражены в работах Тарахуна Ю., Романова А.Н., Фомина Э.Д., Маевского В.И., Янсена Ф. и др.

Цель исследования — проанализировать исследования, посвященные анализу предпринимательских способностей в условиях глобализации, а также систематизировать функции предпринимателей в глобализационных процессах.

Результаты исследования. Сегодня используется несколько понятий предпринимательских способностей. В целом, их определяют как некий ресурс, чаще всего экономический, а в состав этого ресурса включаются предприниматели, предпринимательская инфраструктура, а также предпринимательская культура и этика. Также, предпринимательские способности – это целый набор умений, способностей и личностных качеств человека, что позволяют ему как можно лучше использовать имеющиеся ресурсы, принимать разумные, взвешенные решения. В условиях глобализации важным качеством такого человека является и умение создавать и применять новшества, превращать их в инновации, идти на осознанный риск. К предпринимателям же относятся, как правило, организаторы бизнеса, которые владеют и/или управляют компаниями [4].

Также отмечается, что современной литературе используется термин «предпринимательский потенциал». Он характеризует потенциальные возможности людей применять свои предпринимательские способности. В чем же уникальность значения предпринимательства? Собственно говоря, она заключается в том, что именно благодаря предпринимателю приходят во взаимодействие все экономические ресурсы — труд, капитал и земля.

Совершенно предпринимательский фактор с прочими связал Й. Шумпетер в своей работе «Капитализм, социализм и демократия». Его выводы базировались на двух ситуациях. Одну из них он определяет таким уровнем развития науки и техники, а следовательно и производства, что дальнейшее совершенствование с технической стороны становится невозможным в силу исчерпания технологических возможностей. В таком случае, отсутствуют и стимулы к такому развитию в результате полного удовлетворения общечеловеческих потребностей. Вторая же ситуация характеризуется изменениями в новаторском процессе. Новаторство, как основная деятельность предпринимателя, теряет индивидуальность и превращается в рутинное занятие. «Романтика прежних коммерческих авантюр отходит в прошлое, поскольку многое из того, что прежде могло дать лишь гениальное озарение, сегодня можно получить в результате строгих расчетов». Обе ситуации, по мнению Й. Шумпетера, приводят к отмиранию предпринимательской функции в условиях глобализационных процессов.

Автор приходит к выводу, что возникновение первой ситуации невозможно вообще, т.к. человеческие потребности в нормальных условиях не ограничены. Постоянное стремление к уменьшению или устранению недостатков продуктов является причиной постоянного появления инноваций. Таким образом, основная функция предпринимателя по этим причинам исчезнуть не может. Если говорить о второй ситуации, то современное техническое развитие мира таково, что для решения сложных вопросов требуется привлечение целых коллективов специалистов, причем

разных направлений. Однако же, несмотря на усовершенствование техники, модернизацию технологического процесса, роль отдельных изобретателей, а, следовательно, и предпринимателей не только не снизилась, а только укрепилась [3].

Используя данные анализа научно-технического развития, проведенного Кротом Л.А., можно утверждать, что большая часть значимых изобретений последних десятилетий XX века в США были сделаны либо отдельными изобретателями, либо небольшими фирмами, в которых успех, зачастую, определяется лишь одним человеком. Определилась закономерность: чем больше компания, тем меньше в ней собственных новаций на каждый следующий миллион долларов, что были потрачены на исследования и дальнейшие разработки. Таким образом, по сравнению с большими компаниями (численность которых более 10 000 сотрудников), малые в среднем внедряют в 17 раз больше инноваций на доллар затрат [5].

Представленные данные, показывают, что, несмотря на коллективное решение ряда проблем, предпринимательская деятельность в условиях глобализационных процессов не только не ослабевает, а, наоборот, даже развивается и совершенствуется.

Был разработан функционально-физический подход для анализа явления предпринимательства, который позволяет представить предпринимательскую деятельность как тесно связанную с другими видами человеческой деятельности. Физическая реализация этих функций, в свою очередь, определяет понятие предпринимательства. Итак, такими функциями являются:

1. Определение существующих потребностей и обоснование возможных способов удовлетворения их.
2. Генерация идей и разработка новаций, превращение их в инновации.
3. Предоставление ресурсов под требуемые задачи.
4. Управление предпринимательскими структурами.
5. Выполнение фактических работ по реализации предпринимательской мысли.
6. Принятие (полное или частичное) или непринятие по разным причинам нового блага, созданного в процессе предпринимательской деятельности.

Основным критерием выбора способа реализации функций является так называемая «предпринимательская прибыль», которая должна быть значительно выше усредненной прибыли иных предпринимателей с течением времени в выбранной сфере деятельности [6].

Применение такого подхода позволило разрешить ряд проблем: обозначены роль и место предпринимателя, определены критерии, соответствуя которым, деятельность может быть отнесена к предпринимательской и т.п. Вместе с тем, на основе такого анализа разработана типология предпринимательства, а также историческая форма его возникновения и существования.

Сегодня предприниматель – это аналитик, работа которого заключается в умении разбираться в колоссальном потоке входящей информации.

Выводы. В данной работе были охарактеризованы предпринимательские способности как отдельный фактор производства, также это явление было рассмотрено в контексте глобализационных процессов. Был также представлен понятийный аппарат для дальнейшего, более глубокого, раскрытия темы.

Таким образом, было выяснено, что предпринимательский фактор прочно связан с прочими факторами производства (труд, капитал, земля). Он является не только лишь связующим звеном между ними и приводящим в движение, но и выступает, главным образом, производителем инноваций, что критично важно в развитии в условиях постоянно растущей конкуренции при глобализационных процессах.

В работе также был сделан вывод о том, что в условиях глобализации предпринимательские способности не только не ослабевают, но и даже развиваются, трансформируются.

Было установлено, что предпринимательские способности – важный фактор развития любого общества, без которого не может развиваться государство. Оно во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

В работе также был представлен и обоснован функционально-физический подход для анализа явления предпринимательства, описано применение такого подхода и раскрыт главный критерий – «предпринимательская прибыль».

Список литературы:

1. Янсен, Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен. – М.: Инфра-М, 2002. – 308 с.
2. Гэлбрейт, Дж. Новое индустриальное общество: пер. с англ. / Дж. Гэлбрейт. – М.: Транзиткнига; СПб.: Terra Fantastica, 2004. – 602 с.
3. Шумпетер, Й.А. Капитализм, Социализм и Демократия: пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
4. Предпринимательские способности (предпринимательство как экономический ресурс) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/FTaHv> (дата обращения 10.04.2019).
5. Колоколов, В. А. Предпринимательство в условиях глобализации / В.А. Колоколов // *Фундаментальные исследования*. – 2005. – № 1. – С. 75-77
6. Предпринимательские способности как фактор экономического роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/FUbdQ> (дата обращения 10.04.2019).

Синченко Я.Д., студентка
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
ianina.sinchienko@mail.ru

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Актуальность. Данная тема актуальна в современном обществе, так как в настоящее время многие люди имеют возможность беспрепятственного въезда на территорию другого государства. В особенности за границу уезжает молодое поколение, которое стремится найти высокооплачиваемую работу.

Анализ последних исследований и публикаций. Множество работ, в частности российских и зарубежных ученых, посвящено изучению такого процесса, как миграция. Наиболее глубоко данные исследования отражены в работах Е.В. Тюрюкановой, Р. Бисборроу, Г. Хьюго, Х. Злотник, Т.Н. Юдиной, А. Акмаловой, В. Вечканова и др.

Цель исследования: предложить решения проблем, связанных с миграционными процессами, исследовать актуальные вопросы по данной теме [5].

Результаты исследования. В настоящее время трудовая миграция является частью международных экономических отношений. По направленности различают внутреннюю миграцию рабочей силы, которая происходит внутри государства, и внешнюю миграцию, во время которой трудоспособное население

выезжает за пределы своей страны. Основными причинами внутренних миграций являются поиск выгодной работы, повышение уровня жизни. Основная причина внешней миграции – экономическая. Люди стремятся получать большую зарплату за работу, которую выполняют, что часто возможно лишь за пределами государства [0].

Таблица 1

Основные показатели миграции трудовых ресурсов

Характеристика	Определение
Число прибытий и убытий в данной административно-территориальной единице	Сумма людей, которые выехали и въехали на конкретной территории.
Сальдо миграции (чистая миграция)	Разность между людьми, которые въехали и выехали.
Валовая миграция (брутто-миграция)	Сумма людей, которые въехали и выехали в целом.
Миграционный поток	Совокупность населения, имеющая общую территорию для въезда.
Миграционная когорта	Совокупность населения, выехавшего или въехавшего в один период времени.

Также типичными причинами миграции являются:

- ухудшение экологической обстановки в месте постоянного проживания;
- необходимость в изменении климата по состоянию здоровья;
- стремление изменить жизнь, потребность в развитии культуры;
- ухудшение условий труда, развитие конфликтов на работе;
- военные действия, возникновение этнических и социальных конфликтов [0].

Многие страны, несомненно, получают выгоду, когда принимают миграционный поток, но это происходит лишь в случае, если выезжает трудоспособное население с высоким уровнем знаний. Однако в последнее время все более глобальной проблемой для стран (в особенности развитых) становится въезд нелегальных мигрантов.

Нелегальные мигранты – это лица, которые выезжают в какое-либо государство нелегальным путем, либо легальным, но при этом незаконно работают. Например: многие китайцы направляются в США или Россию, пакистанцы - в Англию, а жители Африки стремятся уехать в Европу. Данная проблема не имела бы такой масштаб, если бы «нелегалы» не занимались незаконными видами деятельности, которые вредят экономическому благополучию государства. Конечно, страны стремятся сохранить контроль над своими территориями, поэтому проводят ужесточенную политику по отношению к мигрантам. Тем не менее, для высококвалифицированных работников всегда найдется достойная работа за границей. Если в 1950-1960 гг. миграционные потоки таких специалистов наблюдались, в основном, между экономически развитыми странами, то позже стала преобладать эмиграция из менее развитых стран, а, начиная с 1990-х гг. также из стран с переходной экономикой [0].

Миграция также влияет на демографические показатели, так как средний возраст мигрантов чаще всего меньше, чем коренного населения. Также меняется социальная структура населения в странах, из которых уезжают люди и, в которые они выезжают. Перемещение населения играет особую роль в процессах урбанизации и способствует увеличению количества городов, что не всегда положительно отражается на экономике страны. В условиях глобализации наше общество сталкивается с проблемами переселения и перемещения рабочей силы. Сам факт наличия в обществе различных групп и страт поднимает множество вопросов идентичности народа, адаптации новых членов общества, принятие ими общественных норм и ценностей. От того, насколько

успешно многочисленные иммигранты будут интегрированы в общество, насколько эффективно будут регулироваться потоки трудовых мигрантов, зависит будущее государств [0].

Следует заметить, что масштабы миграционных процессов в мире имеют тенденцию к постоянному увеличению - в них вовлекается все большее число людей. В частности, по данным ООН, только с 2000 г. до настоящего времени количество мигрантов выросло на 50%. А эксперты «Statista» выделили 10 стран Европы с самым большим числом мигрантов: Греция, Нидерланды, Великобритания, Австрия, Латвия, Швеция, Италия, Франция, Германия, Турция [0].

Выводы. Таким образом, можно сказать о том, что процессы миграции, как внутренней, так и внешней, занимают особое место в современном обществе. Но если подсчитать общее количество мигрантов, получится, что в этом процессе участвует около 3-4% всех жителей земли. Исходя из этого, процессы таких масштабов оказывают влияние на экономику отдельных государств и даже целых регионов. У миграции рабочей силы последствия имеют как положительные (смягчение условий безработицы), так и отрицательные (тенденции роста потребления заработанных за границей средств, «утечка умов» и т.д.) стороны. Миграционные процессы на сегодняшний день имеют двойную природу, с одной стороны, они являются результатом вступления отдельных сообществ и национальных экономик в международные отношения, с другой — их рассматривают в качестве побудителей дальнейших социальных преобразований, как во время эмиграции, так и во время иммиграции. Существующая в мире оппозиция «центр-периферия» неизбежно приведет к бунту нецентральных, одним из признаков которых является направленность миграционных процессов с Юга на Север. Э. Гидденс утверждал, что под их влиянием происходит преобразование пространственных социальных отношений [0].

Решение миграционных проблем потребует значительных затрат времени и средств. Они могут быть решены за счет разработки и реализации эффективных мер оперативного характера. Необходимо нацелить эмиграционную политику на то, чтобы уехавшие специалисты возвращались в родную страну, а иммиграционную – на то, чтобы государства контролировали въезд и выезд граждан.

Список литературы:

1. Курбанова, Л. Ч. «Миграционные процессы как вызов современности» / Л.Ч. Курбанова // Вызовы современности и ответственность философа / Материалы «Круглого стола», Кыргызско-Российский Славянский университет / под общ. ред. И.И. Ивановой Бишкек. – 2003. – С.98-103.

2. 10 стран Европы с самым большим числом мигрантов [Электронный ресурс] / Миграция населения. – Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru/articles/103432?page=9> (дата обращения 21.04.2019).

3. Миграция и эмиграция трудовых ресурсов [Электронный ресурс] / Миграция трудовых ресурсов. – Режим доступа: <http://student.zoomru.ru/ekonom/migraciya-i-jemigraciya-trudovyh-resurov/37931.286438.s2.html> (дата обращения 21.04.2019).

4. Причины миграции населения [Электронный ресурс] / Причины миграции населения. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/sociologiya/migraciya_naseleniya_ii_ee_vidy/prichiny_migracii_naseleniya/ (дата обращения 21.04.2019).

5. Современные тенденции международной миграции трудовых ресурсов [Электронный ресурс] / Миграция населения. – Режим доступа: <https://www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-48716> (дата обращения 21.04.2019).

Скитченко Ю.О., студент
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
juli.skitchenko@mail.ru

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ

Актуальность исследования. Информационные технологии играют важную роль в развитии экономики. В XXI веке у людей есть уникальные возможности в области перемещения капитала, товаров и услуг, информационные и коммуникационные технологии стали основой формирования нового типа экономики – «киберэкономики». Благодаря развитию НТП появились такие системы, как сервисы сбора и анализа статистики, интернет-банкинг, различные системы оплаты, благодаря которым развитие экономики государства осуществляется более оперативно. Разработка информационных технологий – это очень затратная отрасль, требующая высокой подготовки специалистов и наукоемкой техники, зато их реализация нередко сравнима в революционными преобразованиями.

С недавнего времени информация является важнейшей составляющей экономических ресурсов. Информация – это основной, решающий фактор, определяющий развитие технологии и ресурсов в целом.

В экономике информационные технологии применяются для обработки, сбора, сортировки и предоставления данных в окончательном виде, для удовлетворения информационных потребностей и т.д.

Анализ последних исследований и публикаций. Такие ученые, как А.М. Караминский, Б.В. Черников, В.И. Лойко, Г.А. Титоренко, В.Б. Уткин, рассмотрели основные направления анализа современных информационных технологий в экономике [1, 2, 3, 4].

Цель исследования: исследование теоретических основ и разработка практических рекомендаций в области анализа информатизации в экономике.

Объект исследования: процесс трансформации современных информационных технологий в экономике.

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты исследования современных информационных технологий в экономике.

Результат исследования. Переход общества к постиндустриальной эпохе и наукоемким технологиям опирается на информационные ресурсы, что повышает требования к квалификации труда производственного персонала. Информационные технологии дают возможность рационально распоряжаться всеми видами ресурсов предприятия[1].

Предприниматели всё чаще стали проявлять интерес к технологиям хранилищ данных. Сделать все важные данные доступными в стандартизированной форме, пригодными для моделирования, анализа и получения необходимых отчетов – вот главная цель создания и применения таких технологий. Хранилища данных по сути являются оптимально организованной базой данных, которая обеспечивает максимально быстрый доступ к необходимой для принятия решений информации [3].

Глобальные информационные системы являются важнейшим фактором ускорения мирового рынка, а информация представляет собой огромную материальную ценность.

А. Оеттингер (профессор Гарвардского университета и председатель программы по формированию политики в области информационных ресурсов) говорит, что в ближайшем будущем информация, как энергия или материалы, будет основным

ресурсом. А это влечет за собой необходимость формулировки тех же критических вопросов: кто им владеет, кто в нем заинтересован, насколько он доступен и возможно ли его коммерческое использование? [2].

Из множества компьютерных информационных систем более подробно следует рассмотреть следующие два типа:

- управленческие информационные системы (MIS),
- системы обеспечения принятия решения (DSS - decisionsupportsystem).

Таблица 1

Различия между управленческими информационными системами и системами обеспечения принятия решения

№	DSS	MIS
1	Главным является решение определённой задачи. Аналитическая помощь и структура компьютера важны, но оценки менеджера более существенны.	Акцент делается на структурирование задач при предварительно определенных стандартных процедурах, правил их решения и информационных потоках.
2	Выигрыш состоит в расширении диапазона и возможности компьютеризации процессов решения с целью помочь менеджеру увеличить эффективность работы.	Выигрыш состоит в снижении затрат, необходимого времени, количества обслуживающего персонала и т.д.
3	Влияние на менеджера состоит в создании необходимого инструментария под его непосредственным контролем, что не является попыткой автоматизировать процесс решения, предопределить цели и оказать давление на решение	Выигрыш состоит в снижении затрат, необходимого времени, количества обслуживающего персонала и т.д.

Таким образом, MIS данные собираются, обрабатываются и представляются менеджеру таким образом, чтобы обеспечить более действенное управление. Основные компоненты MIS - база данных, компьютерная система и форма, в которой данные распределяются, а DSS – это взаимодействие между определёнными составными частями, это динамичная система с непрерывным обновлением данных [5].

В современном мире существует такой термин, как «Big Data» («Большие данные»). Данный термин означает не только лишь объем накопленной информацией, но и технологии хранения, вычисления, а также сервисные услуги.

Так, например, в центральных районах Нью-Йорка тысячи инфракрасных камер направлены на окна домов. Они собирают информацию о том, когда включают свет, какими типами лампочек пользуются люди.

Германия. Министерство труда использует Большие Данные при анализе поступающих заявок на выдачу пособий по безработице. Так стало понятно, что 20% пособий выплачивалось незаслуженно. С помощью Big Data министерство труда сократило расходы на 10 млрд. евро.

В Барселоне аналитики по заказу властей изучают просто огромное количество параметров городской жизни. От экономических и демографических показателей до статистики загруженности автобусных маршрутов.

С помощью Yandex Data Factory разработчики игры World of Tanks анализируют поведение игроков. В результате анализа был получен прогноз оттока пользователей.

Данная информация позволяет уменьшить уход пользователей и работать с участниками игры адресно.

Таким образом, с помощью «Больших данных» можно узнать о предпочтениях клиентов, об эффективности маркетинговых компаний или провести анализ рисков.

Сегодня информационные технологии в экономике развиваются с невероятной скоростью. Именно по этой причине многие предприниматели отправляют своих работников на курсы повышения квалификации. А современные информационные технологии электронного обслуживания клиентов позволяют автоматизировать многие процессы, связанные с торговлей и оказанием пользователям различных видов услуг.

Необходимые для этого системы автоматизируют процессы поиска необходимой информации, создаются Интернет-магазины и различные потребительские аукционы, где осуществляется розничная торговля и, что самое главное, создаются условия, более удобные как для производителей, так и для потребителей определённого товара или услуги [4].

На малых предприятиях различных сфер деятельности информационные технологии, в большинстве случаев, связаны с решением задач бухгалтерского учета, созданием информационных баз данных по направленности деятельности фирмы и так далее.

Выводы. Из всего, сказанного выше, можно сделать вывод, что именно информация включает в себе большое значение для всех отраслей и экономики в частности.

Именно современные информационные технологии обеспечивают любой стране высокий уровень конкурентоспособности товаров на мировом рынке и повышают эффективность межотраслевого и регионального сотрудничества внутри страны. «Кто владеет информацией, тот владеет миром».

Появляется возможность перевода государственных и муниципальных услуг в электронный вид, что является наиболее прибыльным на рынке технических инноваций и удобным повседневном пользовании.

Список литературы:

1. Карминский, А.М. Информатизация бизнеса/ А.М. Карминский, В.П. Нестеров, Б.В. Черников. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 355 с.
2. Лойко, В. И. Информационные системы и технологии в экономике / В.И. Лойко, Т. П. Барановская. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 452 с.
3. Титоренко, Г.А. Автоматизированные информационные технологии в экономике / Г.А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ, 2008, – 400 с.
4. Уткин, В.Б. Информационные системы и технологии в экономике: Учебник / В.Б. Уткин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 355 с.
5. Классификация информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mydocx.ru/11-70398.html> (дата обращения 20.04.2019).

Солодовникова М.К., учащаяся
Позднякова А.В., учитель географии
МОУ «УВК № 16 города Донецка»
Mary.solodovnikova69@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Цель работы – охарактеризовать современные тенденции и их влияние на мировую экономику.

За последние десятилетия мир резко изменился. Четвертая промышленная революция – новые, быстро меняющиеся технологии во многих областях изменили то, как человечество должно мыслить в области новых идей и инноваций. Новая промышленная революция заставила уделять большее количество внимания на инновационную систему страны.

В мировой истории нет примера страны, которая бы достигла жизненно важных социальных целей без экономического роста. Из этого следует, что рост сам по себе не является целью, он выступает необходимым условием в продвижении экономики страны для достижения желанных социальных благ.

Всемирный экономический форум представляет индекс, называемый индексом инклюзивного развития. Его можно расшифровать как уровень роста социальной интеграции и справедливого разделения национальных доходов.

За последнее десятилетие можно выделить 4 основные мировые тенденции:

1. Парадокс производительности.

Глобальная производительность замедлилась, она растет не так быстро, как раньше. Можно назвать это парадоксом, потому что в мире существовали чрезвычайно быстрые технологичные инновации. Однако, как мы можем видеть, современные инновационные технологии не всегда приводят к повышению производительности и продуктивности человека. Этим экономисты были озадачены последнее десятилетие, выдвинув несколько теорий и возможных объяснений.

По мнению одной из них, инновации просто не делают человечество более продуктивными. Вследствие 1 и 2 технической революции, вследствие создания, например, паровой машины или двигателя внутреннего сгорания, кардинально изменили способ производства товаров. На тот момент люди стали более продуктивными. Так, смартфоны не делают более продуктивными, не зависимо от того, какие инновации в него можно внедрить. Нельзя не согласиться с огромной «помощью» и «пользой» современных гаджетов, однако, сейчас можно наблюдать некую деградацию населения в связи ультрасовременными технологичными устройствами [1].

Вторая теория предполагает тот факт, что современные инновации делают привычные рабочие места людей устаревшими. В пример можно привести большое количество сфер жизнедеятельности человека, где с революцией машины вытеснили человеческую силу.

Еще одной причиной является старение нации. Оно наблюдается в Азии, Европе и Соединенных Штатах Америки. По мере старения нации, безусловно, сокращается количество трудоспособного населения. До последнего десятилетия число новых работников достигало 200 000 человек в месяц, после чего оно сократилось до 125 000 из-за «старения нации». Однако, по прогнозам это должно привести к более быстрому росту производительности [2].

В 2017 году количество жителей планеты в возрасте 60 лет и старше достигло 962 миллионов человек, составив 13% мирового населения. Число людей преклонного

возраста растет со скоростью 3% в год. Сегодня самое большое количество лиц в возрасте 60 лет и старше проживает в Европе (25 %). Ожидается, что к 2050 году эта группа будет составлять четверть населения всех регионов за исключением Африки. Глобальная численность лиц пожилого возраста, согласно прогнозам, достигнет примерно 1,4 миллиарда человек к 2030 году, 2,1 миллиарда – к 2050 году, и 3,1 миллиарда – к 2100 году. Количество жителей планеты в возрасте 80 лет и старше увеличится с 137 миллионов в 2017 году до 425 миллионов в 2050 году. К 2100 году эта цифра составит 909 миллионов, что почти в 7 раз больше показателя 2017 года [3].

К последней теории можно отнести неправильный подсчет ВВП. ВВП измеряет стоимость товаров и услуг, произведенных в стране за 1 год. Это действует хорошо, когда можно умножить стоимость товара на его количество и сложить со всеми оставшимися товарами по этой же схеме. Как можно заметить, в современном мире огромное количество инноваций, которые производят «свободные» вещи, бесплатные. Для национальных счетов услуги, например, предоставляемые компанией Google, для ВВП равны нулю. Вклад равен нулю так же и других сервисов по всему миру в экономику каждого государства. Но при этом, вклад таких систем в жизнь человечества кардинален.

По такой схеме работают многие элементы инноваций, и при этом может оказаться, что каждый год страна не учитывает определенный процент роста ВВП, а из этого следует, и самого развития страны. Так, например, страна подсчитывает 2% роста ВВП, когда, на самом деле, можно обозначить 3%. С годами эта разница огромна и колоссальна.

2. Четвертая промышленная революция.

Огромные разработки в области искусственного интеллекта, новых материалов, синтетической биологии – все это меняет бизнес-ландшафт на планетарном уровне.

Многие из этих нововведений не произошли в странах с ранее монопольно производимой технологией. С момента новой технической революции не только США и Европа в силах внедрять новые технологии и инновации, такая возможность стала доступна каждой стране мира. Такую тенденцию можно считать важной [2].

3. Растущее неравенство в доходах населения.

За последние 40 лет можно увидеть сближение экономик. Доходы граждан, живущих на развивающихся рынках, продолжают расти быстрее, чем доходы граждан, проживающих на территории развитого рынка. Таким образом, неравенство в доходах на глобальном уровне сокращается. Так, например, экономика Индии впервые за 25 лет развивается быстрее, чем экономика Китая, что свидетельствует о созревании экономики Китая. Это объясняется переходом Китая к экономике, основанной на услугах. При этом рост среднего класса Китая может создать спрос на большой рынок для иностранных товаров, повысив спрос на Американские технологии и умственную собственность [2].

Однако, ситуация складывается иначе внутри стран. В то время, как доходы Китая приближаются к доходам США, четвертая промышленная революция отнимает рабочие места у среднего класса американцев.

Эта революция отличается от остальных тем, что предыдущие приносили пользу бедным. Так как те переходили с сельскохозяйственных работ на более высокооплачиваемые. Хотя люди так же теряли рабочие места, они имели время адаптироваться для прогрессирующего мира [1].

4. Массовый рост трудоспособного населения.

За последние несколько десятилетий на мировой рынок труда вышло около 4 млрд. трудоспособного населения, в большей степени Азиатское население. А так как эти люди являются высококвалифицированными специалистами, они начали занимать

рабочие места по всему миру, что привело к возмущениям коренного населения стран о том, что иностранцы занимают рабочие места. Это привело людей к мнению против глобализации и возникновению неонацилизма.

Таким образом, необходимо отметить, что человечеству следует пересмотреть трудовую политику. Нужно иметь больше гибкости и безопасности, чтобы сократить уровень безработицы к нулю, как это можно наблюдать в северных странах. Для этого необходимо обеспечивать население новыми трудовыми местами при утрате старых, создать переподготовку квалифицированных кадров государства.

Именно поэтому конкурентоспособность и идея развития стран ее, как никогда актуальны. Только благодаря конкуренции можно преодолеть выше представленные тенденции. Обратная же сторона данной проблемы может создать новый рост национализма, фашизма и популизма.

Список литературы:

1. 4 reasons why your country should be more competitive [Электронный ресурс] / World Economic Forum. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/global-competitiveness-report-2017-trends/> (дата обращения 20.04.2019).

2. The Global Competitiveness Report 2017-2018 [Электронный ресурс] / World Economic Forum. – Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> (дата обращения 20.04.2019).

3. World Population Ageing 2015 / United Nations, New York, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf (дата обращения 20.04.2019).

Сухинина А.О., студентка

Шилец Е.С., д.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

alya.sukhinina.97@mail.ru

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Актуальность. В современных условиях сфера туризма является важным сегментом развития не только экономик отдельных государств, но и мирового хозяйства в целом. Туризм относится к несырьевой сфере – сфере услуг, и имеет весомое значение для социально-экономического развития страны, приносит большой вклад в формирование ВВП, занимает особое место в системе международных хозяйственных отношений, способствует укреплению положительно направленного характера в экономико-политической и социально-культурной жизни общества.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности и оценкой потенциала развития международного туризма в России занимались многие отечественные и зарубежные авторы. В их числе можно назвать Биржакова М. Б., Писаревского Е. Л., Феннелля Д. А., Низовцеву А. И., Кульгачёва И. П. и многих других.

Цель исследования. Анализ потенциала развития международного туризма на территории Российской Федерации в современных условиях.

Результаты исследования. В течение последних лет мировой рынок туристических услуг приобретает самые высокие темпы роста среди других отраслей

нематериальной сферы. Для многих стран мира доходы от международного туризма стали важной составляющей национальных бюджетов. По разным оценкам на долю туризма приходится треть системы мировой торговли услугами, приблизительно 7% мировых инвестиций и 5% всех налоговых поступлений. По прогнозам экспертов, на протяжении последующих лет уровень ежегодного развития туристической отрасли составит 6%, что даст возможность создать 2 млн. новых рабочих мест [1].

Туризм имеет довольно длительную историю развития, однако до сих пор нет единого, повсеместно принятого определения. Более того, туристическая терминология постоянно терпит изменения в соответствии со стремительными темпами развития туризма. Туризм – это временные выезды людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях [2].

Развитие туризма немаловажно для решения социально-экономических проблем. В настоящее время во многих странах мира благодаря данной отрасли растет число новых рабочих мест, вследствие чего уровень жизни населения повышается. Улучшается уровень образования, медицинского обслуживания и т.д.

В целом, туриндустрия стимулирует:

- развитие экономики;
- развитие малого и среднего бизнеса;
- занятость населения;
- повышение качества жизни населения;
- увеличение налоговых поступлений в бюджет и т.д.

В последние годы туризм в мире имеет динамично развивающийся характер. Россия в этом плане также успешно развивается. Показатели внутреннего и въездного туризма интенсивно растут, о чем свидетельствуют данные об объемах платных услуг, оказываемых населению в сфере туризма в России за последние 10 лет (табл. 1) [3].

Таблица 1

Объем платных туристических услуг, оказанных населению

Период	Значение, млрд. руб.	Изменение по сравнению с аналогичным показателем предыдущего периода, %
2018	180,62	+8,5
2017	166,52	+3,2
2016	161,34	+2,0
2015	158,25	+7,3
2014	147,54	+1,2
2013	145,78	+19,9
2012	121,55	+7,7
2011	112,83	+13,0
2010	99,88	+27,8
2009	78,23	х

Из таблицы 1 прослеживается тенденция к увеличению объемов предоставляемых туристических услуг, что свидетельствует о постоянно растущем интересе отдыхающих к российским дестинациям.

Согласно данным аналитического агентства ТурСтата, по итогам 2018 года, вырос за счет приезжих из стран Юго-Восточной Азии и стран-участниц Чемпионата мира по футболу FIFA-2018 [4]. Лидерами по посещению России в 2018 году стали Китай (1690 тысяч поездок, или +14%) и Южная Корея, показавшая рост числа поездок на 42%. Далее в рейтинге представлены Япония, Индия, Вьетнам и Таиланд (табл. 2).

Что касается стран Европейского Союза, то лидирующие позиции по въездному туризму в Россию принадлежат Германии, Франции, Италии, Великобритании, Нидерландам, Австрии, Швеции и Бельгии (см. табл. 3). [4] Туристы из Швеции стали посещать Российскую Федерацию в туристических целях в 2018 году в два раза больше, чем в предыдущем периоде. Первенство по данному показателю принадлежит жителям Германии, которые совершили 645 тысяч поездок, что на 11% выше, чем в 2017 году. Далее, с небольшим разрывом по числу поездок расположены Франция и Италия с увеличением показателя на 12% и 9%. Великобритания и Нидерланды также показали заинтересованность в посещении России в 2018 году и стали совершать поездок больше на 11% и 10% соответственно.

Таблица 2

Число поездок, совершенных туристами из Юго-Восточной Азии на территорию России, тыс. поездок

Страна	2017 г.	2018 г.	Изменение, %
Китай	1450	1690	+14
Южная Корея	209	361	+42
Япония	102	105	+3
Индия	68	86	+21
Вьетнам	40	54	+26
Таиланд	43	54	+20

Соединенные Штаты Америки, Австралия и Канада так же показали рост показателя въездных поездок, что составило 326 тыс. поездок, +16%, 66 тыс., +40% и 58 тыс., +14% соответственно.

Таблица 3

Число поездок, совершенных иностранными туристами на территорию России, тыс. поездок

Страна	2017 г.	2018 г.	Изменение, %
Германия	574	645	+11
Франция	182	207	+12
Италия	187	205	+9
Великобритания	175	197	+11
Нидерланды	59	66	+10
Швеция	26	51	+50

Общее число въездных туристских поездок иностранцев в Россию, равное 24 млн. 551 тысяча в 2018 году, выросло на 0,6% (161 тысячу поездок) по сравнению с 24 млн. 390 тысяч въездных поездок в 2017 году по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат).

В Топ-10 стран въездного туризма в Россию по числу въездных туристских поездок в Россию в 2018 году вошли: Украина, Казахстан, Китай, Финляндия, Азербайджан, Польша, Германия, Армения, Абхазия и Эстония.

Города-лидеры по туризму среди приезжих в Россию в 2018 году – это Москва, Санкт-Петербург, Подмосковье, Кубань, а также Крым.

Крым, Приморский край и Иркутская область (Байкал) лидируют по темпам роста числа иностранных туристов в Россию.

Выводы. Таким образом, международный туризм на территории Российской Федерации находится в постоянном развитии, о чем свидетельствуют постоянно растущие объемы предоставляемых услуг и увеличивающееся число иностранных граждан, посещающих Россию. Данной сфера экономики имеет положительное

влияние на социально-экономическое развитие государства, формирование уровня ВВП, повышение уровня жизни населения и т.д. В дальнейшем совершенствование и расширение международного туризма в Российской Федерации будет способствовать укреплению государства на мировом рынке услуг, как сильного конкурента.

Список литературы:

1. Официальный сайт Всемирной туристической организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения 19.04.2019).
2. Биржаков, М. Б. Введение в туризм: учебное пособие / М.Б. Биржаков – СПб: Издательский дом Герда, 2014 г. – 448 с.
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Статистические данные по РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2018/> (дата обращения 19.04.2019).
4. Официальный сайт Тур Стата. Исследования рынка туризма и путешествий по России и СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turst> (дата обращения 19.04.2019).

Чмилъ О.А., студентка
Грузан А.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
oksana.4mil@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Актуальность. В современных реалиях, независимо от того, является ли компания крупной, транснациональной, имеющей большой опыт в найме рабочей силы, или же относится к мелкому бизнесу и впервые сталкивается с расширением числа работников, успех найма талантливых специалистов в большей мере определяется тем, что происходит на мировом рынке рабочей силы.

Эти макротренды могут многое рассказать о том, сколько кандидатов претендует на определенную должность, откуда приходят и собираются работники, и куда направляется рынок рабочей силы в ближайшем будущем. Понимание приливов и отливов и того, что движет переменами, является важной информацией, которая при правильном применении может повлиять на успех деятельность компаний, в особенности ТНК.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением вопроса о современных тенденциях развития мирового рынка рабочей силы занимались многие ученые и экономисты, среди которых: В. Гимпельсон, А.П. Киреев, В.В. Томилов, Л.Н. Семеркова, А. Зольберг.

Цель исследования: проанализировать и выделить современные тенденции развития мирового рынка рабочей силы.

Результаты исследования. На сегодняшний день сложились определенные тенденции развития мирового рынка рабочей силы:

1. Занятость во всем мире смещается в сторону сферы услуг.

В сфере услуг рабочие места основаны на том, что люди не производят товары, а оказывают определенные услуги или выполняют работы, что изменяет качественные характеристики общего спроса на рынке рабочей силы. В США рост в сфере услуг

начал ускоряться в 1960-х годах и в основном продолжался до сегодняшнего дня. По состоянию на 2017 год 82% экономики США было основано на услугах.

Хотя в разных странах наблюдаются разные темпы изменений, этот сдвиг носит преимущественно глобальный характер. В начале 21-го века 28% экономики Китая основывалось на услугах. В 2017 году этот же показатель составлял 54%. Эта тенденция не имеет признаков остановки: во всем мире все больше людей будут работать в офисе, а не на производственных объектах. И в целом, предприятия будут все больше полагаться на человеческие ресурсы, что делает развитие личных профессиональных качеств и умственных способностей жизненно важной областью. Глобальный рынок рабочей силы эволюционирует в такой рынок, который будет основан на сфере услуг, а не на промышленной сфере [1].

2. Рост производительности замедляется.

Глобальное замедление производительности отмечается не только в одной части земного шара. Наблюдается ослабление производительности в США и Японии, долгосрочное снижение производительности в Китае и серьезное замедление в Латинской Америке, и многие другие.

Одним из возможных объяснений более медленного роста производительности является то, что это последствие нехватки талантов. Известно, что в наши дни критически важные роли в здравоохранении, технологиях и транспорте трудны для исполнения, однако и многие другие отрасли испытывают аналогичные трудности. В США полностью четверть рабочих мест остаются незаполненными в течение 60 дней или дольше. Низкие показатели производительности могут быть признаком того, что работодатели не могут нанять работников достаточно быстро, чтобы распределить рабочую нагрузку, и в результате нынешние сотрудники перегружены.

3. Количество времени, которое люди проводят на работе, уменьшается.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – это группа из 34 стран, в основном таких стран с развитой экономикой, как США и Великобритания, а также некоторые развивающиеся рынки. В начале 21-го столетия люди в странах ОЭСР работали в среднем 1880 часов в год. К 2016 году этот показатель снизился до 1770 часов в год.

В странах, где люди работают меньше, общий рост производительности ниже, а показатели производительности выше. Такая тенденция говорит о том, что работники и работодатели одинаково выигрывают от того, что работают лучше, а не работают дольше. Это мнение часто повторяют лидеры Силиконовой долины, которые подчеркивают важность перерыва для перезарядки.

4. Мировое население стареет.

Сегодня насчитывается 901 миллион человек в возрасте 60 лет и старше, что составляет 12% населения мира. К 2100 году эта цифра, по прогнозам, достигнет 3,2 миллиарда.

Этот демографический сдвиг означает, что большее количество услуг будет нацелено на людей в возрасте 65 лет и старше - тенденция, которая уже создает спрос на кадры в здравоохранении.

По мере старения населения люди также работают дольше. В 2016 году 60% работников в возрасте 65 лет и старше были заняты полный рабочий день - по сравнению с 55% в 2010 году. Работодатели должны будут привлекать этих пожилых работников к работе, чтобы избежать потери рабочей силы в связи с выходом их на пенсию. Гибкие условия работы - один из способов, которым некоторые работодатели привлекают работников старше 65 лет [2].

5. Растущий интерес к гибкости.

Интерес к гибкой работе увеличился на 42% с 2013 по 2017 год в девяти из 12 крупнейших стран мира.

И люди, которые ищут гибкие варианты, являются кандидатами высокого уровня. Действительно, данные показывают, что более половины из общего объема рабочей силы, которая связана с поиском гибкой работы, относится к высококвалифицированной рабочей силе. Многие из них занимаются поиском в области технологий и здравоохранения, где высококвалифицированных специалистов мало.

6. Нестабильность цены на нефть оказывает негативное влияние на ресурсозависимых рынках труда по всему миру.

В июле 2015 года стоимость нефти более чем вдвое превысила ее стоимость в начале 2017 года. За последние два года только в США было потеряно 16 000 рабочих мест, а уровень занятости сократился на 8,2%. Так же и другие нефтедобывающие страны сильно пострадали, такие как Канада, Великобритания и Россия, что не могло не сказаться на общем состоянии рынка рабочей силы.

Между тем, альтернативные источники энергии предоставляют все больше возможностей для трудоустройства. Если количество вакансий в сфере нефтедобычи и переработки продолжит падать, сфера деятельности, связанная с солнечной энергией станет основной возможностью работы в сфере энергетики в ближайшие годы. В свете нехватки высокоспециализированных кадров, работодатели в области солнечной, ветряной и гидроэнергетики могут переманить кандидатов из нефтяной промышленности, поскольку эти работники ищут новые места работы [3].

7. Застой в заработной плате является мировой негативной тенденцией.

По мере того, как спрос работодателей на рабочую силу возрастает, а предложение доступных кадров уменьшается, заработная плата обычно увеличивается. Компенсация является ключевым стимулом для работников, рассматривающих одну работу над другой.

Но даже когда мировой рабочий рынок стабилен, заработная плата не растет. С 2011 по 2017 год рост заработной платы составил всего 0,5%, хотя работодатели сообщают о трудностях при поиске необходимых кадров.

Это представляет серьезную проблему для работодателей: если люди не находят место с достаточной заработной платой, они могут остаться на своих нынешних должностях, даже если они не совсем подходят для этой работы. Чтобы предложение со стороны рабочей силы продолжало расти, работодателям необходимо правильно подбирать другие стимулы, если повышение заработной платы является невозможным [4].

8. Тенденция усиления поляризации рынка рабочей силы.

За последние несколько десятилетий технологический прогресс и глобализация создали много новых рабочих мест для высокообразованных, высококвалифицированных работников. С другой стороны, также растут рабочие места с низкой квалификацией, в то время как рост рабочих мест со средней квалификацией и средней заработной платой застопорился. В течение этого же периода разрыв между самой высокой и самой низкой заработной платой увеличился.

Это неравенство в заработной плате способствует отставанию рабочей силы в развитых странах. Структурные барьеры в экономике, такие как ограниченный доступ к образованию и возможностям, не позволяют будущим работникам претендовать на высокую квалификацию и высокооплачиваемую роль.

Работодатели заинтересованы в устранении этого пробела, и, как следствие, в мире происходит такая тенденция - все больше работодателей будет вкладывать

средства в обучение для повышения квалификации своей рабочей силы в ближайшие годы [5].

Выводы. Таким образом, можно говорить, что в мире существует множество тенденций на мировом рынке рабочей силы. В то время как одни из них являются продолжением тенденций прошлых лет, другие же отличаются своей новизной и формируются на основе сегодняшних событий. Однако все они в совокупности будут отражать характер развития мирового рынка рабочей силы ближайшие годы.

Список литературы:

1. Скрыпник, Н. А. Занятость в мире: перемены не в лучшую сторону / Н.А. Скрыпник // Человек и труд. – 1996. – №4. – С. 4-7.
2. Ентяков, В.В. Внешняя трудовая миграция: состояние и перспективы / В.В. Ентяков // Человек и труд. – 1996. – №12. – С. 38-40.
3. Королева И.С. Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет. – М.: Экономист. – 2016. – С. 55-56.
4. Вильховченко, Э.Д. В поисках альтернативной трудовой жизни: зарубежный опыт / Э.Д. Вильховченко // МЭ и МО. – 2014. – №10 – 35 с.
5. Гимпельсон, В.Е. Движение рабочей силы: оценки, международные сопоставления и влияние на рынок труда / В.Е. Гимпельсон // Вопросы экономики. – 2014. – С. 15.

Щавелева Н.В., студент
Кравченко В.А., к.э.н, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Schaveleva.nina@gmail.com

ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И УСЛОВИЯ

Актуальность. В 21-м столетии происходит увеличение рабочей силы и масштабов производства, освоение невозобновляемых ресурсов и т.д. Это все приводит к тому, что наука, инновации и технологии начинают играть решающую роль в развитии национальной экономики.

Анализ последних исследований и публикаций. Инновации рассматривали такие зарубежные ученые: Шумпетер Й., Менш Г., Санто Б. и другие. Российские ученые – Александрова В, Бажал Ю. и другие.

Цель: исследовать теоретические основы и разработать практические рекомендации касательно некоторых аспектов инновационной деятельности в условиях современных вызовов.

Предмет: теоретические и прикладные аспекты формирования инновационно-ориентированной экономики в России.

Объект: процесс развития инновационной деятельности России.

На рубеже XX-го и XXI-го столетия инновационный потенциал был проанализирован учеными и исследователи пришли к выводам, что исследования не финансируются на достаточном уровне и некоторые научно-исследовательские объекты уничтожаются, происходит старение кадров, недостаток новых. Однако, в XXI-м столетии Россия принимает меры по предотвращению деградации науки. Финансирование НИОКР возросло, отток научных умов за границу уменьшился. Эти

изменения отражаются в росте зарегистрированных патентов и новых технологий. Однако, масштаб еще мал, а методы недостаточно радикальны.

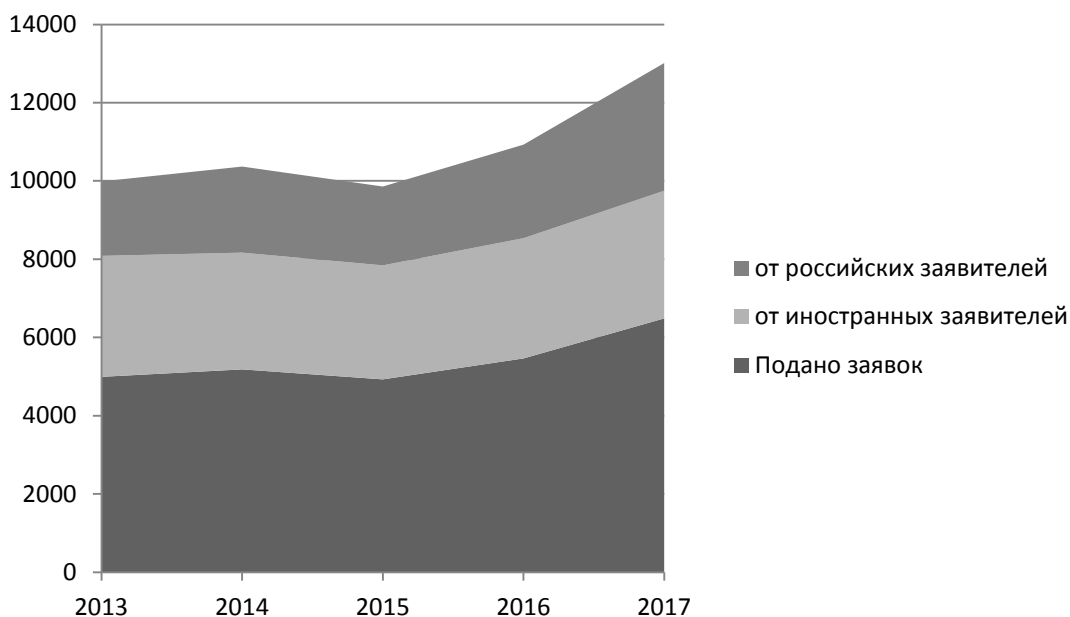


Рис 1. Динамика подачи заявок на выдачу патента на промышленный образец в 2013–2017 гг. [1]

Анализ инновационной среды показал, что тесных связей между правительством, наукой и бизнесом нет. Вследствие чего появляется недофинансирование исследований и потенциал инновационной российской экономики не раскрывается в полной мере. Необходимы отношения, в которых бизнес, при поддержке правительства, будет финансировать инновационные центры. Так как им нужно передовое оборудование и инвестиции на разработки.

Прогнозы технологического развития мировой экономики свидетельствуют, что в ближайшей и долгосрочной перспективе энергетика, информационные технологии, энерго- и ресурсосберегательные технологии останутся ключевыми факторами роста. Мир начинает заменять исчерпаемые ресурсы аналогами, которые могут отстрочить исчезновение природных ресурсов.

В веке приоритетными являются такие направления разработки:

- информационные и телекоммуникационные технологии, включая глобальные информационные системы;
- медицина и общественное здравоохранение, включая поддержку пожилых людей и совершенствование сферы здравоохранения;
- охрана окружающей среды, одна из главных целей - преобразование автомобильного транспорта к топливу с низким уровнем загрязнения;
- личная безопасность и борьба с терроризмом: разработка сенсоров, систем оповещения, вакцин, эффективных средств экологического контроля, методов изучения и использования психологических и поведенческих особенностей террористических групп и т. д

Дальнейшее развитие и укрепление инновационного сектора характеризуется долгосрочной перспективой.

Расходы на научные исследования и разработки в России растут, однако российская экономика не может избавиться от сырьевой зависимости.

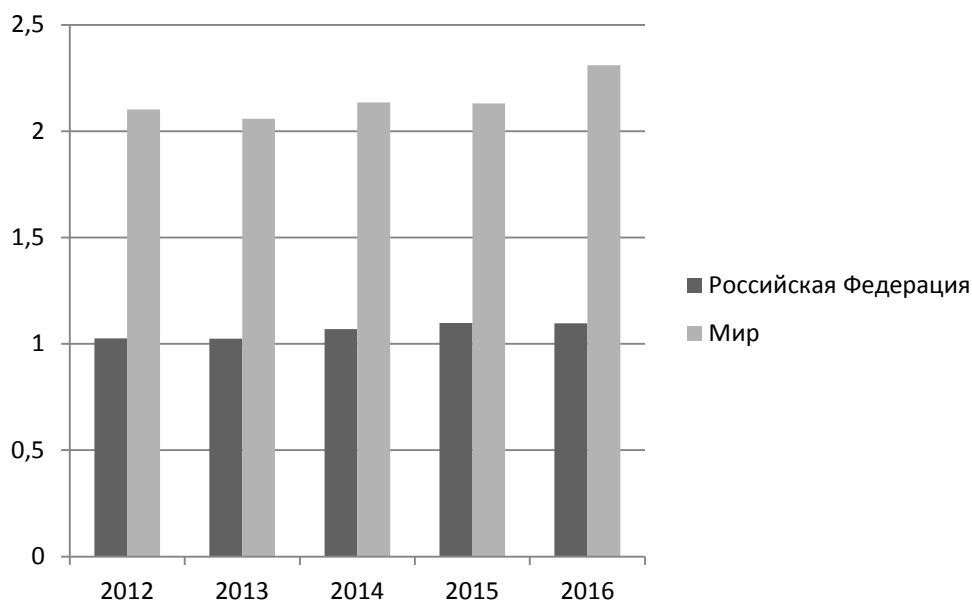


Рис 2. Расходы на научные исследования и разработки (% от ВВП) [2]

Выводы. Основные системные условия для последовательного освоения инноваций российской экономикой – освоение Национальной технологической базы. Для обеспечения интеграции национальных инноваций систем и экономики необходимо изменить потенциал экономического роста на основе реформы технологической структуры российской экономики и ориентации инноваций и науки на долгосрочную перспективу и технологическое развитие. Если Россия будет двигаться в направлении инновационной экономики, оставляя позади концепцию «служения» науки экономике, обществу, а перейдет на концепцию устойчивого развития, то необходимо предпринять такие шаги:

- отказаться от финансирования науки на «остатки» бюджета и переход на стабильное финансирование по ставке не менее 2% от ВВП;
- восстановление сектора науки и инновационной деятельности;
- новые механизмы инновационного сектора науки, направленные на поддержку отечественного производителя.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 21.04.2019).
2. The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=RU> (дата обращения 21.04.2019).
3. Shumpeter, J.A. Business Cycles / J.A. Shumpeter. N.Y., 1939. – p. 21.
4. Кудашов, В. И. Экономика и управление инновациями: учеб. пособие / В.И. Кудашов. – Минск: ИВЦ Минфина, 2015. – 268 с.
5. Российский новостной сайт: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newsru.com/finance/21dec2016/fundamental.html> (дата обращения 21.04.2019).

Уманская Ю.А., студентка
Туралина А. Г., к.э.н.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
yumanskaya@yandex.ua

МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И СТРАН ЕВРОСОЮЗА

Актуальность. Европейский союз и Российская Федерация сотрудничают по таким международным вопросам как борьба с терроризмом, теневая экономика, нераспространение ядерного оружия, организованная преступность, защита прав человека и процесс мирного урегулирования на Ближнем Востоке.

Также Европейский союз создает сеть нелегальных рабочих контактов, дающих возможность обеспечить серьезное понимание приоритетов и политики Российской Федерации согласно международным проблемам, которые уведомляют о потенциальных проблемах, а также содействуют координации планирования политики.

Анализ последних исследований и публикаций. В России исследованием данного вопроса занимались такие ученые П.А.Калиниченко, Ю.А. Борко, Е.Д. Чеботарева, А.П. Потапов, В.С. Карпенко, Е.П. Бажанов, Б.М. Пичугин, П. Сутела, Д. Тренин и др. О перспективах сотрудничества между Россией и ЕС, а также проблемных моментах во взаимоотношениях сторон пишет Ю.А. Борко. Отношения между РФ и ЕС с точки зрения правовых рамок анализирует П.А. Калиниченко [1].

Целью исследования: выявление особенностей и перспектив экономического сотрудничества между РФ и Европейским Союзом.

Результаты исследования. Российская Федерация это один из самых крупных поставщиков ценных ресурсов, таких как газ, уголь, нефть, уран. Эта связь спроса, предложения, инвестиций, знаний обусловила обстоятельства поддержания крепких экономических отношений с упором на сотрудничество в энергетической сфере, гарантируя энергетическую защищенность и стабильный рост экономики обеим сторонам.

Однако аннексия Крымского полуострова привели к пересмотру взаимоотношений между Европейским союзом и Российской Федерацией, в том числе к перерыву деятельности в рамках СПС, и официальному приостановлению переговоров по новому соглашению. В 2014 году были введены ограничения против определенных российских юридических и физических лиц, меры в отношении торговых операций и инвестиций на территории Крымского полуострова, которые регулярно продлеваются Европарламентом.

Европейский Союз является ключевым торговым и инвестиционным партнером России. В 2018 году экспорт товаров и услуг из ЕС в Россию составил 73,9 миллиарда евро, а импорт - 135,8 миллиарда евро. Таким образом, в 2018 году дефицит торговли услугами Европейского Союза с Россией составил 61,9 миллиардов евро, и это в первую очередь является результатом значительного импорта энергородуктов в ЕС из России [2].

ЕС ключевой инвестиционный и торговый партнер Российской Федерации, а РФ для ЕС четвертый по величине торговым партнером. В 2018 году экспорт товаров и услуг из ЕС в Россию составил 73,9 миллиарда евро, а импорт - 135,8 миллиарда евро. В 2018 году дефицит торговли услугами Европейского Союза с Россией составил 61,9 миллиардов евро, и это в первую очередь является результатом значительного импорта энергородуктов в Европейский союз из Российской Федерации [2].

Взаимоотношения Европейского союза с РФ имеют ярко выраженную

асимметрию. Общий удельный вес России составляет 36 % поставок газа и 10% импорта нефти в страны Европейского союза. Российская Федерация выступает в роли поставщика энергоресурсов в Европу. Однако, при прекращении поставок нефти легко компенсируется из альтернативных источников, а поставки российского газа альтернатив не имеют. Более того российский газ на европейском рынке будет расти по мере ускорения темпов экономического развития Европы [3].

Одно из главных мест в отношениях РФ с Европейским союзом занимают поставки российского газа, уравнивая торговый дисбаланс между ними. Но этот фактор не подходит в качестве преимущества и давления на Европейский союз, так как Российской Федерации также трудно найти другой рынок для своих газовых поставок.

Асимметрия проявляется в структуре взаимной торговли, которая далека от оптимальной. Треть российского экспорта в Европейском союзе составляет металлы, лес и минеральное сырье. Машино-технический обмен составляет соотношение 30:1 в пользу ЕС. Потребительская структура российского импорта и сырьевая структура экспорта оказывает негативное влияние на перспективах развития Российской Федерации и сдерживающее влияние на динамику взаимной торговли.

Для ряда государств, входящих в состав ЕС, Российская Федерация входит в тройку основных торговых партнеров. Например, Литва, несмотря на вхождение в ЕС, является единственной страной-участником, для которой Российская Федерация является стратегическим рынком для реализации экспортной продукции. Относительно импорта в Болгарии Россия является вторым партнером по значимости. В отношении Финляндии, Греции и Польши Россия находится на третьем месте [4].

В настоящий период существует два пути в отношении торговли Россия – Европейский союз:

1. Окончательное ослабление торговых отношений и переориентация России во внешней торговле на Азиатские страны (например, на КНР);

2. Снятие двухсторонних международных ограничений с целью взаимного сближения.

Выводы. Отношения между Европейским союзом и Российской Федерацией предполагает вовлеченность многих институтов и развиваются одновременно по нескольким направлениям.

- диалоги с ЕС согласно различным тенденциям должны рассматриваться не только как платформа для информирования и реагирования на предложения со стороны ЕС, но и как практическая возможность занять проактивную позицию, выступив со своими предложениями;

- с целью деполитизации взаимоотношений обратить особое внимание на развитие прагматических, неполитических направлений сотрудничества, таких как трансграничное и межрегиональное сотрудничество. Развитие этих направлений послужит своего рода «подушкой безопасности» для «большой политики».

- целесообразно осуществлять мероприятия по повышению квалификации, в процессе которых предоставлять экспертов, вовлеченных в работу конкретных пространств и диалогов, с вопросами специфики сотрудничества между Россией и Евросоюзом.

Наблюдающаяся в настоящее время конфронтация между Европейским союзом и Российской Федерацией отрицательна во многих отношениях. Геополитическое манипулирование торговыми стратегиями с той и другой стороны в прошлом привело к обострению напряженности и реальной угрозе для мира и стабильности. Следовательно, необходимо найти новые стратегии, которые смогут преодолеть, а не усугубить соперничество. Торговля способна укрепить связи и, таким образом, создать условия для сотрудничества. Преодоление соперничества в торговых отношениях

может улучшить ситуацию с безопасностью и привести к повышению благосостояния участвующих стран. Выгоды, которые можно ожидать от создания зоны свободной торговли между ЕАЭС и ЕС, значительны, особенно для стран-членов ЕАЭС и стран-членов ЕС из Восточной Европы. Достигнутый эффект может быть больше в случае привлечения к сотрудничеству других стран СНГ, а не только членов ЕАЭС. Общий эффект является не просто положительным; его масштаб оказывает значительное влияние на покупательную способность населения, особенно в странах ЕАЭС. Хотя потенциально с заключением соглашения о свободной торговле связаны некоторые издержки, связанные с перераспределением ресурсов, их можно эффективно нивелировать посредством продуманных стратегий переходного периода.

Создание зоны свободной торговли между Европейским Союзом и евразийским регионом имеет значительный потенциал по снижению напряженности и созданию основы для сотрудничества.

Список литературы:

1. Вводная статья «Россия и Евросоюз: динамика отношений» к разд. 7 «Россия, страны Европы и проблемы европейской интеграции», том 3, хрестоматия в шести томах «Россия в глобальном мире 2000-2011» / РСМД. – М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2012. – 630 с.
2. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие/ под ред. С.Ф. Сутырина, А.И. Погорлецкого. – М.: Эксмо, 2010. – 320 с.
3. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для академического бакалавриата / под ред. С.Ф. Сутырина, А.И. Погорлецкого. – М.: Юрайт, 2016. – 499 с.
4. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебно-методическое пособие/ под ред. С.Ф. Сутырина. – Спб.: Издат. центр эконом. ф-та СПбГУ, 2013. – 130 с.

Ходыревский Б.В., студент
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
khodyrevskybogdan@gmail.com

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВЕЛИКОБРИТАНИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Актуальность. Формирование международных экономических отношений является сложным и длительным процессом. На каждом его этапе государства стремились занять лидирующие позиции на мировой арене в различных экономических отраслях. На сегодняшний день, одной из важнейших задач Великобритании на международном рынке является сохранение статуса державы, обладающей одной из наиболее развитых экономик, в связи с приближающимся выходом из Европейского Союза.

Актуальность данной работы заключается в том, что конкурентоспособность государства является важным фактором обеспечения устойчивых темпов развития экономики.

Анализ последних исследований и публикаций. В изучение данной темы наибольший вклад внесли зарубежные ученые-экономисты А. Смит, разработавший теорию абсолютных преимуществ, и Д. Рикардо, ставший автором теории

сравнительных преимуществ. Также вопросы конкурентоспособности достаточно подробно освещены в трудах таких зарубежных и отечественных авторов, как: Э. Хекшер, В. Леонтьев, М. Портер, А. Селезнев и др.

Цель исследования – выработка теоретических подходов и практических рекомендаций к анализу международной конкурентоспособности Великобритании, а также определение позиций государства на мировом рынке.

Результаты исследования. На сегодняшний день, Великобритания представляет собой государство, обладающее высокоразвитой, сильной, а также независимой экономикой.

Одной из характерных черт британской экономики является рост сферы услуг. В наиболее выигрышном положении оказались представители финансового сектора, сферы развлечений и туризма. Также спрос повысился на следующие отрасли сферы услуг: отели, туризм, розничная торговля, финансы и др. Отдельно стоит выделить также сферу спортивных развлечений. В 2017 году Английская Премьер-Лига по футболу продала права на телетрансляцию спортивных событий за 7,8 млрд. долларов. Данное событие стало причиной резкого увеличения доходов футбольных клубов, прирост составил порядка 200 млн. долларов в год. Это поспособствовало росту налоговых отчислений в бюджет государства, а также увеличению денежной массы в обращении. В долгосрочной перспективе, вырученные средства будут направлены на развитие инфраструктуры, что в будущем позволит привлечь дополнительные инвестиции от телекомпаний, а также повысить престиж страны в мировом сообществе. Также в последние годы в Великобритании активное развитие получил сектор обучения иностранным языкам, в особенности английскому, за счет привлечения иностранных студентов.

Под национальной конкурентоспособностью понимается способность страны достичь высоких темпов роста экономики, которые были бы устойчивы в среднесрочной перспективе, а повышение национальной конкурентоспособности отождествляется с ростом жизненных стандартов и ускорением экономического роста.

Понятие конкуренции лежит в основе рыночной экономики и является движущей силой координации взаимодействий между хозяйствующими субъектами, функционирующими в экономике. На современном этапе Великобритания является страной, обладающей стабильно развивающейся экономикой. Данное государство прочно удерживает позиции в десятке наиболее развитых стран, а его валюта – фунт стерлингов – считается одной из наиболее значимых в мире, а также занимает третье место среди резервных валют, после доллара и евро.

В данный момент Великобритания является государством, прочно удерживающим свои позиции на мировой арене. Согласно Отчету глобальной конкурентоспособности, данная страна занимает место в 10 лучших на протяжении последних 7 лет. В 2018 году Британия расположилась на 8-м месте, а индекс ее конкурентоспособности составил 5,5 балла.

С 2012 по 2016 год данный показатель составлял 5,4 балла, а в последующих периодах увеличился на 0,1 балла. Это свидетельствует о том, что экономика Великобритании находится на подъеме, для нее характерны стабильные темпы роста и повышение уровня жизни граждан. Однако стоит отметить, что с 2015 года в экономике страны начался заметный спад, что подтверждается динамикой ВВП и ВВП на душу населения. Уровень ВВП сократился с 2,88 трлн. долл. США до 2,62 трлн. долл. США (9%), а ВВП на душу населения снизился 10% и составляет, на сегодняшний день, 39 720 долл. США. Данные тенденции не отражают неэффективность экономической системы Великобритании и не являются индикаторами наступления кризиса в стране, они связаны с неопределенностью

относительно выхода Великобритании из Евросоюза, которая сказывается на экономической активности страны, особенно на инвестициях в бизнес.

Таблица 1

Великобритания в рейтинге глобальной конкурентоспособности, 2016-2018гг.

	2016-2017		2017-2018	
	Место в мире	Значение	Место в мире	Значение
Группы показателей				
Институты	14	5,5	12	5,5
Инфраструктура	9	6	11	6
Макроэкономическая среда	85	4,4	68	4,6
Здоровье и начальное образование	17	6,5	17	6,5
Высшее образование	20	5,5	20	5,5
Эффективность товарного рынка	9	5,3	10	5,3
Эффективность рынка труда	5	5,5	6	5,4
Эффективность финансового рынка	16	4,9	13	5
Технологическая готовность	3	6,3	4	6,3
Размер рынка	9	5,7	7	5,8
Инновации	13	5	12	5,1
Индекс глобальной конкурентоспособности	7	5,5	8	5,5

Выводы. На данном этапе, экономика Великобритании продолжает активно развиваться, а экономические показатели, отражающие развитие уровня жизни населения, такие как ВВП на душу населения, показывают положительную динамику. Для сохранения текущего уровня конкурентоспособности страны, правительству необходимо договориться о выходе из состава Европейского Союза на наиболее выгодных условиях. В таком случае, вероятность утраты позиций Великобритании в различных рейтингах является достаточно низкой.

Список литературы:

1. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vsemirnyjbank.org> (дата обращения 20.04.2019).
2. Коваленко, А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. – 2013. – № 6 (42). – С. 65-79.
3. Отчет глобальной конкурентоспособности за 2016-2017 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf (дата обращения 20.04.2019).
4. Отчет глобальной конкурентоспособности за 2017-2018 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017-2018.pdf> (дата обращения 20.04.2019).

Церунян И.Э., студент
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
tserunyan.ira@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Актуальность. Рынок труда – составная часть структуры рыночной экономики, представляющая собой систему общественных отношений, которые отражают уровень и соответствие интересов между наемными работниками, работодателями и государством. Каждый молодой человек, завершив обучение в учебном заведении, сталкивается с проблемой трудоустройства. Однако в современных условиях нашего региона, сложно найти работу на постоянной основе, а устроиться работать по специальности молодому специалисту без опыта работы – довольно сложная задача.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительное внимание анализу рынка труда уделено в работах следующих исследователей: Т.С. Семеновой и Т.С. Киенко.

Цель исследования – исследование теоретических основ и разработка практических рекомендаций в области трудоустройства молодежи ДНР.

Объект исследования: процесс трудоустройства молодежи на рынке труда ДНР.

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты трудоустройства молодежи на рынке труда ДНР.

Результаты исследования. Рынок труда – это совокупность социально-трудовых отношений между покупателями и продавцами по поводу условий найма и использования рабочей силы. Механизм реализации социально-трудовых отношений в целом выступает как государственно-рыночный. В результате достигается определенный баланс интересов трудящихся, работодателей и государства [5].

Проблема взаимодействия образования и занятости молодежи может быть представлена в двух основных вопросах: во-первых, на что молодежь может претендовать на рынке труда, получив или не получив желаемое образование, и, во-вторых, на что молодое поколение ориентировано в сфере образования и, как следствие, в сфере занятости.

Одна из основных проблем в трудоустройстве молодёжи – это конкуренция со стороны уже имеющих опыт в своей работе людей, каждый работодатель желает видеть на занимаемой должности опытного специалиста, а не вчерашнего выпускника, без малейшего опыта, которому сложно доверить очень важные дела [2].

Второй источник проблем с трудоустройством молодёжи – это недостаточная оплата труда (средняя зарплата в ДНР на 2019 год составляет 8000 рублей в месяц), которой, в связи с ценами на продукты первой необходимости в республике сейчас, не всегда может быть достаточно.

По официальным данным Центра занятости ДНР с января по июнь 2018 года, на учете в службе занятости состояло около 30000 безработных, 10000 из которых молодёжь в возрасте до 35 лет. И только 8000 человек из 30000 за этот период смогли устроиться на постоянную работу [3].

В январе-декабре 2018 года на учете в центрах занятости Донецкой Народной Республики состояло 42,2 тыс. лиц, ищущих работу, что на 10 тыс. чел. меньше по сравнению с тем же периодом 2017 года.

В январе-июне 2018 года центры занятости Донецкой Народной Республики располагали информацией о наличии 27,3 тыс. вакансий, поступивших от

работодателей, в том числе: по рабочим профессиям – 13,2 тыс.; служащих – 9,7 тыс.; не требующих специальной подготовки – 4,4 тыс. (рис.1). Средняя заработная плата по вакансиям составила 6 246 рос. руб.[4].

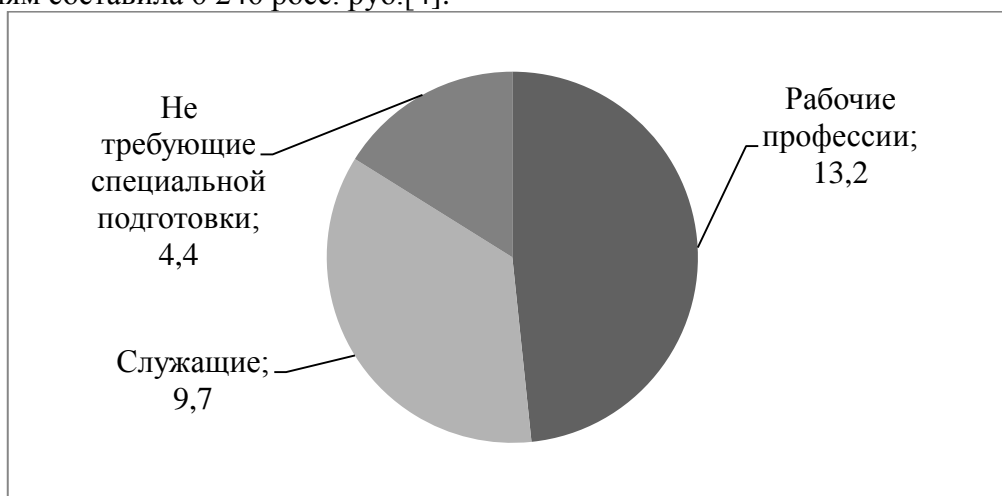


Рис.1. Наличие вакансий, поступивших от работодателей ДНР за январь-июнь 2018г., %

Большинство выпускников, не имея возможности найти работу по специальности, делают выбор либо в пользу работы за пределами республики, вследствие чего республику покидают много молодых специалистов, либо в пользу рабочих специальностей: строителя, водителя или находят себя в сфере обслуживания: бармен, продавец - консультант, официант.

Самые востребованные профессии по всей ДНР: медицинская сестра, которая занимает 22% среди всех вакансий, что связано с низкой оплатой труда (около 3000 рублей), далее идут воспитатели (11%) и дворники (9%), затем водитель, водитель троллейбуса, повар и уборщик (по 4-5%), и по 2-3% занимают продавцы, охранники, водители трамвая, врачи общей практики, врачи-терапевты, слесари-ремонтники, плотники, бухгалтеры, кровельщики и руководители [1].

Если распределить вакансии по городам ДНР, то почти половина всех вакансий (47%) находятся в Донецке, 13% вакансий находится в Макеевке, 7% в Горловке и 6% в Харцызске, и остальные 27% разбросаны по небольшим городам и сёлам.

В табл. 1 представлена статистика из Центра Занятости Донецкой Народной Республики.

Таблица 1

Информация о положении на рынке труда в административно-территориальных единицах Донецкой Народной Республики за январь 2019 года [4]

Наименование административно-территориальной единицы Донецкой Народной Республики	Численность лиц, ищущих работу, состоявших на учете в центре занятости, человек	Количество свободных рабочих мест (вакантных должностей), предоставленных работодателями в центр занятости, единиц	Коэффициент напряженности на рынке труда (нагрузка на одно свободное рабочее место (вакантную должность))
Всего по Республике	9557	13179	0,7
г. Донецк	2417	5421	0,4
г. Горловка	1095	1443	0,8
г. Докучаевск	499	294	1,7
г. Макеевка	1195	1818	0,7
г. Шахтерск	282	497	0,6
г. Ясиноватая	529	295	1,8

В связи с проведенным исследованием целесообразно предложить следующие рекомендации:

1. ВУЗам необходимо проводить тренинги по трудоустройству, профессиональному и личностному росту в процессе обучения.

2. Привлечение работодателей к разработке новых образовательных программ для участия в реализации практики и стажировки выпускников.

3. Подписание договоров университета с предприятиями о практике или стажировке студентов.

Выводы. Учитывая, что сегодня в ДНР существует проблема безработицы, а найти постоянную работу не могут даже люди с большим опытом работы, едва ли рынок труда готов освободить лишнюю вакансию для молодых специалистов. Кроме того, специалисты с непризнанными дипломами ДНР практически не могут получить работу за пределами «республики» и остаются заложниками ситуации, поэтому вынуждены искать работу только на рынке труда ДНР. Нельзя не отметить, что оплата труда вызывает много вопросов, что свидетельствует о стремлении государства к развитию экономики и даёт надежду на скорое решение проблемы с трудоустройством молодых специалистов и повышение уровня жизни в Республике.

Список литературы:

1. DNR-LIVE «Рынок труда ДНР: профессии, востребованные в Центре Занятости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-live.ru/ryinok-truda-dnr-professii-vostrebovannyye-v-tsentre-zanyatosti/> (дата обращения 14.04.2019).

2. Рынок труда молодежи и его особенности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/econom-teoria/rynok-truda-molodezhi-i-ego-osobennosti-v-rossii.html> (дата обращения 14.04.2019).

3. Итоги работы Республиканского центра занятости и его территориальных органов в январе-июне 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru/index.php?id=6258> (дата обращения 14.04.2019).

4. Информация о положении на рынке труда ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru/index.php?id=6258> (дата обращения 14.05.2019).

5. Семенова, Т.С. Молодежная безработица: мировые тенденции, российская специфика, альтернативные пути решения / Т.С. Семенова, Т.С. Киенко // Международный студенческий научный вестник. – 2013.

Хартоненко Д. А., студентка
Сокрутенко О.-А. С., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
hdasha99@mail.ru

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ УЧИТЫВАЮТСЯ ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ

Актуальность. В условиях глобализации, должное внимание уделяется обеспечению конкурентоспособности государства. Это играет важную роль при определении места страны в системе сложных экономических отношений и установлении национальной безопасности.

Конкурентоспособность определяется такими основными положениями:

- способность страны производить такое количество товаров и услуг, которое бы в количественном и качественном соотношении превосходило производство в других государствах;

- способность отвечать за полученные средства;
- проведение стабильной валютной политики;
- поддержание уровня жизни граждан и т.д.

Структура конкурентоспособности каждой страны сильно различается, поскольку ни одно государство не может быть конкурентоспособным во всех или хотя бы в большинстве отраслей. В конечном итоге страны достигают успеха в определенных отраслях, потому что их внутренние условия оказываются в соответствующих случаях наиболее динамичными и перспективными.

Анализ последних исследований и публикаций. При изучении вопроса были использованы исследования World Economic Forum. Данная организация занимается измерением конкурентоспособности стран мира. WEF определяет понятие конкурентоспособности страны как совокупной степени развития и взаимодействия социальных и государственных институтов, а также прочих факторов, касающихся бизнес-среды и различных аспектов ее организации.

Цель исследования. В ходе данного исследования необходимо комплексно изучить, какие факторы учитываются при оценке конкурентоспособности страны. Выделить основные конкурентные преимущества Швейцарии и определить, почему данное государство в отчетном году заняло лидирующую позицию в рейтинге «The Global Competitiveness Report».

Результаты исследования. Ежегодно организация World Economic Forum проводит исследование и публикует «The Global Competitiveness Report», иными словами, рейтинг наиболее конкурентоспособных государств мира. По состоянию на 2018 год лидирующее положение занимает Швейцария, за ней следуют Соединенные Штаты Америки и Сингапур. В таблице 1 можно проследить индексируемый показатель уровня конкурентоспособности.

Таблица 1

World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2017–2018

Рейтинг	Государство	Индекс
1	Швейцария	5.9
2	Соединённые Штаты Америки	5.9
3	Сингапур	5.7
4	Нидерланды	5.7
5	Германия	5.7
6	Гонконг	5.5
7	Швеция	5.5
8	Великобритания	5.5
9	Япония	5.5
10	Финляндия	5.5

Индекс глобальной конкурентоспособности составлен из 113 переменных, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития [3]. Все переменные объединены в 12 контрольных показателей, определяющих национальную конкурентоспособность:

1. Качество институтов.
2. Инфраструктура.
3. Макроэкономическая стабильность.

4. Здоровье и начальное образование.
5. Высшее образование и профессиональная подготовка.
6. Эффективность рынка товаров и услуг.
7. Эффективность рынка труда.
8. Развитость финансового рынка.
9. Уровень технологического развития.
10. Размер внутреннего рынка.
11. Конкурентоспособность компаний.
12. Инновационный потенциал.

Стоит учитывать, что в одиночку ни один фактор не в силах обеспечить конкурентоспособность страны, при анализе учитывается также уровень развития экономики в целом, который позволяет отталкиваться от реалий, которые на данный момент существуют в государстве.

Более детально влияние данных факторов на определение конкурентоспособности рассмотрим на примере лидирующего государства — Швейцарии. Начнем с показателя «Качество государственного управления». Его величина, по состоянию на 2014 год, составила 97,63. Для сравнения, необходимо отметить, что в России в этом же году величина равнялась 22,27, в США — 65,88. Это свидетельствует о высокой социальной защищенности граждан Швейцарии, и, как следствие, самому низкому уровню преступности в стране.

В рейтинге «World Development Indicators: Gross National Income per Capita 2017» Швейцария занимает 7-е место с величиной ВВП на душу населения в 81 240 долл. США, Россия же в этом рейтинге находится на 87 месте с 9 720 долл. США.

В «The Global Innovation Index 2014» Швейцария занимает 1-е место с индексом 64,8. Россия находится на 49 месте с индексом 39,1. Также при анализе конкурентоспособности необходимо рассмотреть рейтинг вовлечённости стран в международную торговлю. Швейцария в 2012 году заняла 8 место с индексом 5,29. В рейтинге из 132 стран, для которых рассчитан индекс, Россия заняла лишь 112 место по уровню включённости в мировую торговлю.

В 2017 году было проведено исследование индекса уровня глобализации, которое охватывает 193 страны. В таблице 2 приведены результаты данного анализа.

Исходя из приведенных данных видно, что по уровню глобализации экономика Швейцарии находится на 5 месте, что является довольно хорошим показателем.

Таблица 2

KOF Swiss Economic Institute: The Index of Globalization 2017

Рейтинг	Страна	Индекс
1	Нидерланды	92.84
2	Ирландия	92.15
3	Бельгия	91.75
4	Австрия	90.05
5	Швейцария	88.79
6	Дания	88.37
7	Швеция	87.96
8	Великобритания	87.26
9	Франция	87.19
10	Венгрия	86.55

При вычислении уровня конкурентоспособности страны опираются на индексированные величины. Фатхутдинов Р.А. конкурентоспособность страны оценивает по формуле:

$$K_{\text{страны}} = \sum_{i=1}^n b_i k_i = 1,0 \quad , \quad (1)$$

где b_i — значимость фактора i конкурентоспособности ($i = 1,0$);
 k_i — конкурентоспособность фактора ($K_j = \Pi_i / \Pi_{ni}$).

Согласно данной формуле, индекс конкурентоспособности Швейцарии равен 98,018. Исходя из показателей приведённого выше рейтинга «World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2017–2018», видно, что данная величина — это наилучший показатель в мире на сегодняшний день.

Выводы. В результате данного исследования были определены факторы конкурентоспособности государств мира. При анализе показателей было выявлено, что Швейцария заслуженно занимает 1 место в рейтинге «World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2017–2018». В совокупности страна лидирует по всем позициям, за исключением некоторых рейтингов, в которых лидирующие позиции занимают оффшорные зоны (Лихтенштейн, Бруней и т.д.).

Список литературы:

1. Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent. The Global Innovation Index 2018. – Режим доступа: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (дата обращения 10.05.2019).
2. Кноема [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru> (дата обращения 13.04.2019).
3. Индекс глобальной конкурентоспособности. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] / Центр гуманитарных технологий, 2006–2019. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (дата обращения 13.04.2019).

Чекал К.Р., учащаяся
Позднякова А.В., учитель географии
МОУ «УВК № 16 города Донецка»
cbyehbnf@gmail.com

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Цель работы – дать описание виртуальной экономике как проявлению виртуализации экономических отношений.

На современном этапе мировой экономики, когда процесс глобализации набирает обороты и охватывает большинство стран, все чаще становится заметным увеличение структурных элементов реальной экономики. Так, виртуальная экономика еще 30 лет назад казалась феноменом для США, сейчас этот процесс представляет из себя неотъемлемую часть хозяйственной жизни всех стран.

Предполагается, что в будущем виртуальная экономика может полностью вытеснить в некоторых аспектах реальную, но никогда не произойдет полного замещения, ведь виртуальная экономика лишь дополняет и ускоряет процессы взаимодействия между людьми и государством. Очень плохо можно представить мир, в котором все взаимодействия происходят в сети, хотя сейчас уже здравоохранение развитых экспериментирует с онлайн-консультациями, предприятия - с предоставлением товаров онлайн, предприниматели - с предоставлением услуг. Также, уже давно

действует система ценных бумаг, которая в реальном мире не имеет такой значимости, как в виртуальном.

Маргарит Кеннеди в своей книге «Деньги без инфляции и процентов» приводит следующее определение: «виртуальная экономика – одна из форм проявления глобализации». С теоретической точки зрения это означает, что процесс глобализации развивается в направлении единого неподконтрольного оптимума мировой экономики, порождаемого свободным движением краткосрочных капиталов. Действительно, «виртуальная экономика» уже охватывает все страны, имеющие доступ к глобальной сети Интернет. Это свидетельствует о «врастании» такой экономики как совершенно нового, отдельного объекта во всемирное хозяйство и обуславливает рост степени сложности его как системы [3].

Макроэкономика зародилась еще в XV в. и длилась по XVII в. Это реальная экономика, которая характеризуется производством и обращением в прибыль. Затем, на рубеже XIX—XX вв., возникла мезоэкономика. С целью увеличения размеров акционерного капитала возникла необходимость в рынке акций и облигаций. Самые первые бумаги служили неким гарантом получения дохода из части прибыли, возникающей в реальной производственной экономике. Наконец, с 1970-х гг. стал формироваться виртуальный финансовый рынок. Термин «виртуальная экономика» был введен впервые К. Гадди и Б. Икесом [1].

Виртуальная экономика со всеми вытекающими сферами не смогла бы существовать без всемирной сети Интернет. Предшественником сети «Интернет», а, следовательно, и виртуального экономического пространства были корпоративные электронные системы, появившиеся еще в 70-х годах XX века. Они обеспечивали движение информационных потоков внутри компаний и взаимодействие между отделами.

Почему же на данном этапе «реальная» экономика уже не доминирует над виртуальной?

Для начала, следует объяснить, что вкладывается в понятие «реальной» экономики. Реальная экономика – экономика производственной сферы, т.е. материального производства и материальных услуг. Наука – это тоже реальная экономика. А виртуальная экономика – это всё то, что касается бумаг, то есть титулов, собственности – это фондовый рынок, это страхование, это финансовые производные, это различные вложения в имиджевые индикаторы.

Изначально, виртуальная экономика плавно вышла из реальной как «вторая экономика», воспроизводящая в отраженных формах процессы и отношения, имеющие место в реальном секторе. Но затем, когда доминирование транснационального финансового спекулятивного капитала над капиталом производственной сферы возросло, она превращается из «второй» в «первую».

Чем же виртуальный финансовый рынок отличается от обычного биржевого рынка акций?

В первую очередь, связью с реальной экономикой. Курс первичных ценных бумаг напрямую зависит от капитализации и динамики производства. А курс производных ценных бумаг почти не зависит от этих факторов. Например, участники сделок по производным ценным бумагам часто могут выиграть контракты, и им просто выпишут деньги, в отличие от сделок по первичным бумагам, когда в качестве выигрыша заключаются новые сделки.

Также немаловажным являются темпы роста и объемы стоимости ценных бумаг, которые имеют свойство расти в геометрической прогрессии, тем самым порождая финансовый кризис, расстройство кредитно-финансовой системы и кризис перепроизводства.

Так, к середине 2000 г. акции высокотехнологичных компаний в США подорожали вдвое, а затем, через полгода, наблюдался спад их стоимости до 60%. Снизилась объемы производства ведущей отрасли на то время - автомобилестроения. Банки оказались перегруженными кредитными суммами, которые заемщики не могли вернуть. Курс доллара был завышен на 50% относительно других валют, поэтому импорт товаров резко упал. Все это привело к кризису.

Доход от производных ценных бумаг является намного более выгодным вследствие возможности спекуляций ими. В конце XX в. в США различные интернет-компании, работая в убыток, получали самый большой доход от финансовых операций среди конкурентов [2].

Акционерный (фиктивный) капитал как часть финансового капитала разделяется с действительным капиталом, это приводит к его доминированию над реальным капиталом и определяет вектор развития экономики в целом. Происходит процесс виртуализации экономики. Экономика становится виртуальной.

В качестве основных сфер развития виртуальной экономики выступают:

- часть денежного обращения;
- сфера обращения элементов фиктивного капитала;
- сфера электронной торговли как реальными, так и виртуальными товарами.

Виртуальная экономика имеет ряд преимуществ:

- аукционные операции с бумагами происходят быстрее и дешевле;
- существует возможность создания отдельного, не существующего в реальности экономического сектора;
- дает возможности мелкому бизнесу.

Но существуют большие недостатки, такие, как, например, пониженная безопасность, возможность мошенничества и безнаказанности. Государственные органы с каждым днем усвершенствуют систему поиска веб-преступников. Но, если электронную систему и в будущем смогут усовершенствовать, вполне реально она сможет заменить наличный расчёт.

Итак, исходя из всего выше сказанного, можно заверить, что виртуализация экономики неизбежна. Государство не может избежать ее преобразования, в ином случае это может привести к изолированности экономики на международной арене и застою реальной экономики. Виртуальные элементы экономики в настоящее время стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей и международных отношений. Виртуальная экономика не сможет полностью вытеснить реальную, т.к. первая нуждается в ресурсах второй. Основной задачей мирового сообщества на данный момент остаётся усовершенствование безопасности использования функций виртуальной экономики, а также открытию новых возможностей.

Список литературы:

1. Маслова, А.В. Основные направления и формы виртуализации экономических отношений / А.В. Маслова // Век качества. – 2010. – № 1.
2. Восканян, М. Экономика мнимой реальности [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.globoscope.ru/content/articles/ 2829/](http://www.globoscope.ru/content/articles/2829/) (дата обращения 11.04.2019).
3. Паульман, В.Ф. Виртуальная экономика и глобальный капитализм [Электронный ресурс] / В.Ф. Паульман. – Режим доступа: [http://lit.lib.ru/p /paulxman_w_f/text_0230.shtml](http://lit.lib.ru/p/paulxman_w_f/text_0230.shtml) (дата обращения 11.04.2019).

Черкашина Д.В., студентка
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
vas85nik@mail.ru

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАНАДЫ

Актуальность. В настоящее время проблемы, касающиеся отношений интеграции и глобализации, становятся все более актуальными в развитии мировой экономики. Канада занимает важное место в мировом хозяйстве и международных отношениях, являясь одной из самых высокоразвитых стран мира. Это активная страна-участница международных экономических отношений, член «Большой семерки». Учитывая высокий потенциал этого индустриально-аграрного государства, тема исследования экономики Канады является актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию развития экономики Канады посвящено немало работ российских и зарубежных ученых, таких как А.Д. Бородаевский, Г.М. Костюнина, Б.И. Алехин, Е.Г. Комкова, Дж. Стрик и др.

Цель исследования: предложить направления развития внешнеэкономической деятельности Канады на современном этапе и дать практические рекомендации.

Результаты исследования. История Канады тесно связана с историей колониальных владений (позднее британской) империи в Северной Америке. Долгое время эти территории являлись малоразвитой колонией Новой Англии. Суверенным государством Канада стала в 1867 году, получив статус доминиона в составе Британской империи. И с 1931 года страна обрела самостоятельность во внешней и внутренней политике.

В XIX веке экономика Канады зависела от земледелия и скотоводства. С начала XX века, с развитием добычи полезных ископаемых, страна начала быстрый процесс индустриализации, который продолжился и после Второй Мировой войны. Спад в экономике начался в 1970-е годы и продлился до конца 1980-х. Однако участие Канады в соглашении о Североамериканской зоне свободной торговли (НАФТА), начиная с 1994 года, позволило стране постоянно развиваться экономически.

Канада за время своего становления установила очень тесные отношения с Францией, Великобританией и Соединенными Штатами Америки, что дает возможность вести активные торговые отношения. Неоспоримым преимуществом является наличие богатейших природных ресурсов, а также выход к трем океанам.

По разнообразию минеральных полезных ископаемых, а также их количеству, Канада относится к числу великих горнодобывающих стран.

Канада экспортирует почти 4/5 продукции своих добывающих отраслей, поставляя на мировой рынок цинк, серебро, платину, медь, уран, никель, титан, молибден, калийные соли.

В Канаде присутствуют практически все отрасли хозяйства [1]. Хорошо развито транспортное машиностроение (в т.ч. производство автомобилей, самолетов, судов), сельскохозяйственное машиностроение, а также производство энергосилового и оборудования для горнодобывающей промышленности. Черная и цветная металлургия представлены многими предприятиями, работающими на местном сырье. Предприятия химической промышленности выпускают минеральные удобрения, серную кислоту, синтетический каучук и пластмассы. Потенциал нефтедобывающей промышленности (входит в «пятерку» стран, лидирующих по запасам нефти) позволяет не только

обеспечивать внутренние потребности, но и экспортировать «черное золото» крупнейшим потребителям – в США и Китай.

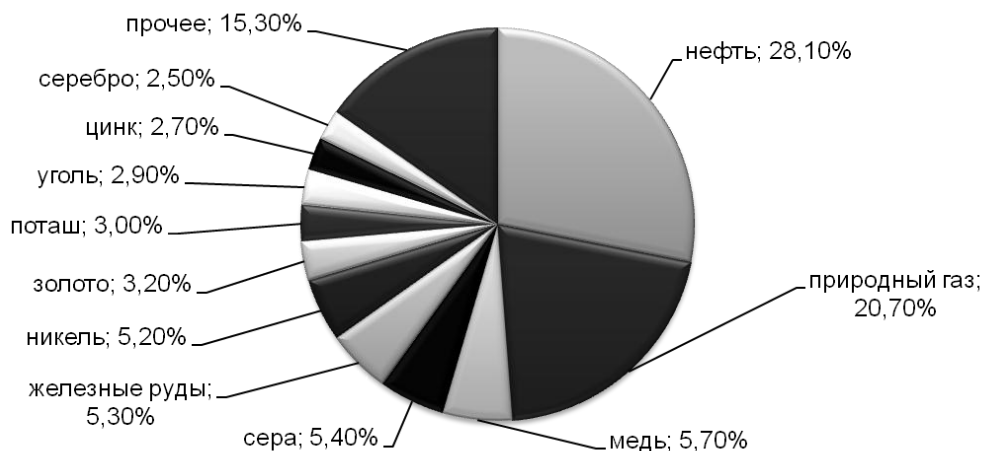


Рис. 1. Структура добывающей промышленности Канады, 2016 г.

Развитое сельское хозяйство позволяет обеспечивать страну достаточным количеством продукции, а также экспортировать значительную часть выращенной пшеницы. Животноводство ориентировано на производство молочной продукции. В северных регионах процветает рыболовство и оленеводство.

Следует отметить, что около 70% всего канадского экспорта приходится на США, остальная же часть – на страны Западной Европы и Азии (особые позиции занимают Япония и КНР).

Уже много лет подряд во многих международных рейтингах, учитывающих уровень доходов на душу населения, стабильность политической ситуации, устойчивость финансовой системы, а также условия жизни и ведения бизнеса в стране, Канада традиционно входит в группу стран-лидеров.

Согласно оценке Международного валютного фонда, Канада входит в «мировую десятку» по критерию величины валового внутреннего продукта (ВВП).

млрд. долл. США

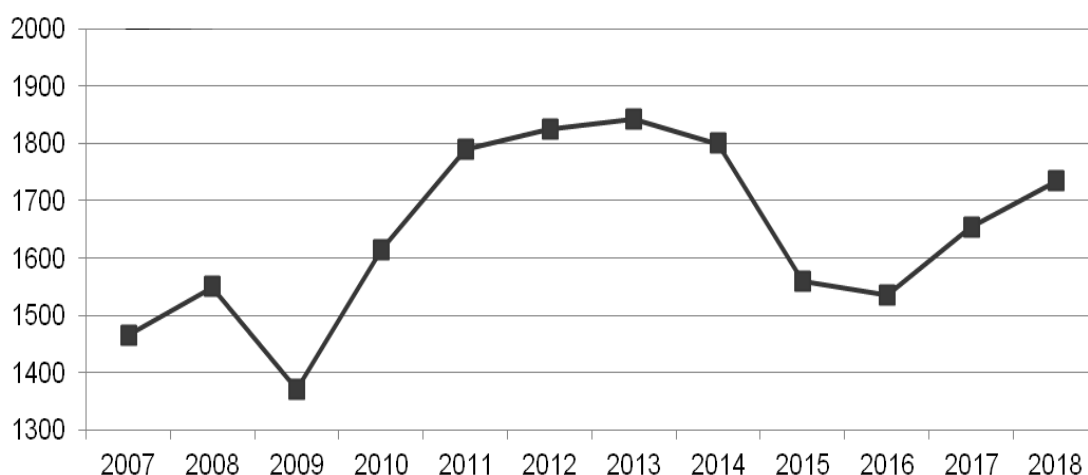


Рис. 2. Динамика ВВП Канады

Согласно приведенным выше данным, в указанный период времени можно отметить два заметных спада значений ВВП [2]. Первый спад в 2009 году связан с мировым финансовым кризисом 2008 года, второй в 2015-2016 гг. – с заметным падением мировых цен на нефть в 2014 году. С 2017 г. заметен рост ВВП, однако показатели 2013г. не достигнуты.

Выводы. Главной угрозой развития экономики страны является сильная зависимость от всех процессов, происходящих в США, т.к. экономики стран тесно связаны. Крупнейшая мировая экономика приносит для Канады существенные проблемы, связанные с экспортом товаров и услуг, а также деятельности американских филиалов транснациональных компаний на канадском рынке [4]. Поэтому приоритетным является решение вопроса по диверсификации географической структуры международных связей страны.

Канада является страной с огромным потенциалом. Реализуя «План действий на глобальных рынках», принятый в 2013 г., страна расширяет внешнеэкономические отношения с другими странами и регионами. Перспективным является углубление экономических связей с динамично развивающимися азиатскими экономиками, в первую очередь, с Китаем и Индией.

Список литературы:

1. Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Канады за 2017 год. – Торговое представительство РФ в Оттаве, апрель 2018г.

2. Мировой атлас данных «Кноета» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D0%B0/%D0%92%D0%9F> (дата обращения 04.04.2019).

3. География: справочник для старшеклассников и поступающих в вузы. – 2-е изд., испр. и дораб. – М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2008. – 656 с.

4. Немова, Л.А. Экономические приоритеты нового правительства Канады [Электронный ресурс] / Л.А.Немова // Журнал «Канадский ежегодник». – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomicheskie-prioritety-novogo-pravitelstva-kanady> (дата обращения 04.04.2019).

Чистякова О.М., студентка

Грузан А.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

chistyakova_olga97@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ РФ

Актуальность. Экономика России сталкивается с новыми вызовами: низкая, неустойчивая цена на нефть, растущая инфляция, санкционный режим. Эти факторы обуславливают необходимость принятия мер по усилению государственного регулирования валютных операций. В работе изучены особенности современной валютной политики РФ, которые могут упростить понимание необходимых методов контроля за валютными операциями и поддержания стабильного курса рубля.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением особенностей современной валютной политики занимались многие ученые и экономисты, в числе

которых: Голокозова И.Р., Красавина Л.Н., Лебедева М.Е., Васильев С.А., Козырева А.Д.

Цель исследования: изучить дестабилизирующие факторы, влияющие изменение на валютного курса, и возможности их нивелирования.

Результаты исследования. В соответствии с Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» официальной денежной единицей (валютой) РФ является рубль – законное платежное средство, обязательное к приему по нарицательной стоимости на всей территории РФ.

За установление официального курса к иностранной валюте к российскому рублю отвечает Банк России.

Каждый рабочий день не позднее 13 часов по московскому времени Банк России устанавливает курсы валют, которые используются при внешнеэкономических операциях, и курс SDR к российскому рублю.

В предпоследний рабочий день каждого календарного месяца Банк России устанавливает курсы прочих иностранных валют к российскому рублю на базе официального курса доллара США к российскому рублю и котировок данных валют к доллару США [1].

Меры политики валютного курса сосредоточены на достижении баланса интересов экспортеров и импортеров, увеличения уровня доверия к национальной валюте, повышение привлекательности вложений в российские финансовые активы. Также внимание должно уделяется мероприятиям, которые направлены на сокращение утечки капитала из страны.

Рыночное курсообразование на основе режима плавающего рубля в соотношении к иностранным валютам является базой политики валютного курса. Использование такого режима в ситуации меняющихся условий на мировых финансовых и товарных рынках снижает возможность влияния дестабилизирующего внешнего фактора на экономику РФ [3].

Основным дестабилизирующим фактором можно назвать инфляцию, чем выше темпы инфляции в стране, тем ниже курс ее валюты.

На рис.1. показаны целевые показатели инфляции (или целевые диапазоны) Банка России, а также реализованная инфляция в период с 2000 по 2017 год.

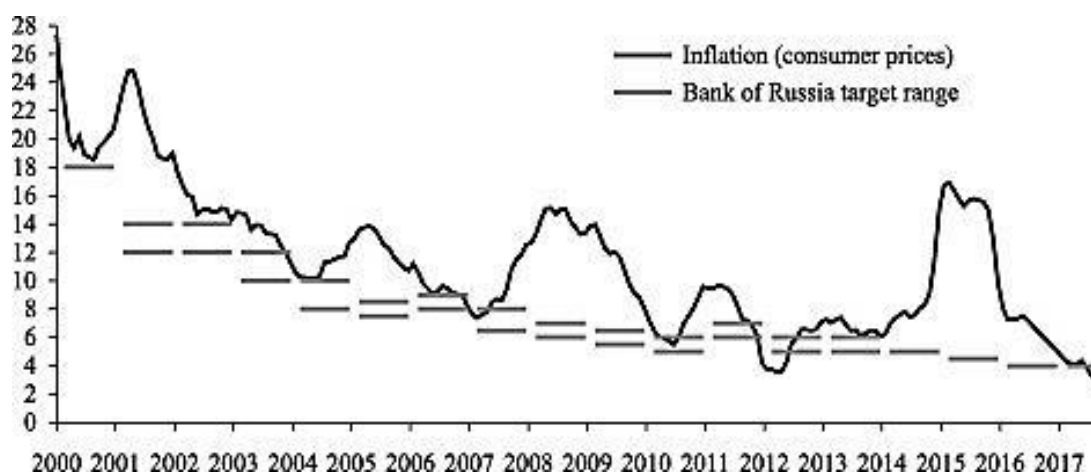


Рис. 1. Показатели инфляции в период с 2000 по 2017 год [2]

Можно видеть, что реализованные инфляционные показатели превышают целевые показатели инфляции в нескольких случаях и что самые большие отклонения от целевого показателя инфляции произошли после крупных обесценений валюты,

например, в 2008 и 2015 годах. Эта эмпирическая закономерность может использоваться для обоснования включения переменной обменного курса в эмпирические оценки правил денежно-кредитной политики России. Более того, официальная роль корзины валют показывает важность этой переменной [2].

В течение 2006–2015 гг. монетарная политика России в большей степени двигалась в направлении стабилизации цен и начала использовать процентную ставку в качестве доминирующего инструмента политики. Это показывает, что денежно-кредитная политика России может характеризоваться правилом Тейлора.

Коэффициенты как инфляции, так и разрыва выпуска имеют ожидаемые признаки. Кроме того, эффективный обменный курс является статистически значимым для формирования процентных ставок Банка России. Однако признак предполагаемой реакции обменного курса противоположен ожидаемому. Когда цена на нефть увеличивается, это также приводит к повышению обменного курса и, возможно, к ожиданиям дальнейшего повышения курса, что можно отследить на рис. 2 [4].

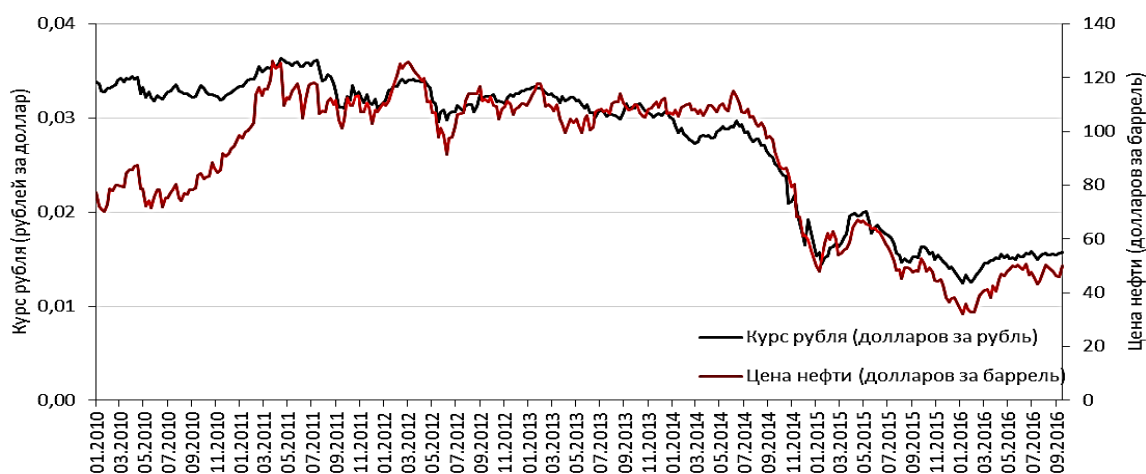


Рис. 2. Динамика курса рубля (рублей за доллар) и цены на нефть (долларов за баррель) с 2010 года по октябрь 2016 года [4]

Выводы. В последнее время наблюдается стабильный курс рубля, снижение давления со стороны цен на продовольствие и слабый внутренний спрос, что подтолкнуло инфляцию, опустится до самого низкого уровня в современной истории России, открыв пространство для ЦБ РФ для смягчения денежно-кредитной политики.

Кроме того, сокращение ЦБ в большей степени, чем ожидалось, было обусловлено его положительной оценкой расширения сделки по сокращению добычи нефти Россией и ОПЕК. ЦБ РФ отметил, что сделка снизила неопределенность в отношении динамики цен на энергоносители, и более высокие цены на нефть должны поддерживать курс рубля в будущем. Принимая во внимание соглашение, ЦБ РФ также повысил базовый прогноз экономического роста на 2019 год до 1,5–2,0% с 1,0–1,5%. тем не менее, ЦБ РФ продолжает проявлять осторожность в отношении смягчения своей денежно-кредитной политики. Отмечается, что риски для роста инфляции по-прежнему преобладают над риском инфляции, значительно снижающимся в среднесрочной перспективе.

ЦБ РФ сохраняет перспективу дальнейшего снижения ключевой ставки в 2018 году. Банк объявил, что ожидает инфляцию приблизиться к 4% к концу 2019 года, и подтвердил свое обязательство «продолжать постепенный переход от умеренно

жесткой, к нейтральной монетарной политике». Комментируя действия Банка, Артем Архипов, глава отдела макроэкономического анализа и исследований в России UniCredit, заявил, что решение Банка «оставляет достаточно места для маневра ЦБ в случае возникновения любых потрясений в 2019 году, таких как рост инфляции или увеличение санкций». [5]

Список литературы:

1. О параметрах курсовой политики Банка России [Электронный ресурс] // Пресс-релизы по вопросам денежно-кредитной политики. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/press> (дата обращения 11.04.2019).
2. Iikka Korhonen Breaking monetary policy rules in Russia/ Iikka Korhonen, Riikka Nuutilainen // Russian Journal of Economics. – 2017. – Volume 3, Issue 4. – P. 366-378.
3. Красавина, Л.Н. Актуальные проблемы валютной политики России / Л.Н. Красавина // Банковское дело. – 2013. – №3.
4. Интересные закономерности в открытых данных [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://isnoise.blogspot.com/?view=sidebar> (дата обращения 11.04.2019).
5. FocusEconomics [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.focus-economics.com/countries/russia/news/monetary-policy/central-bank-slashes-key-interest-rate-to-775-surprising> (дата обращения 11.04.2019).

Шабанова А. А., студентка

Туралина А.Г., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

shabanova_anastasiya2015@mail.ru

**СОСТОЯНИЕ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
(НА ПРИМЕРЕ РФ)**

Актуальность. Теневая экономика представляет собой сложный для исследования предмет: это то, что можно относительно легко определить, но практически невозможно точно измерить, так как большая часть информации, которая представлена людям, является конфиденциальной. В процессе многочисленных исследований подтверждено присутствие теневых элементов абсолютно во всех экономических системах. Теневая экономика является существенной частью рыночного хозяйства, вопросам изучения проблем ее образования и функционирования посвящено большое количество экономических исследований в различных областях знаний.

Цель исследования: на основе анализа особенностей теневой экономики, разработать основные направления, экономических и правовых механизмов борьбы с теневой экономикой.

Объектом исследования является теневой сектор экономики.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее десятилетие многие авторы пытались изучить проблему теневого сектора, однако среди их суждений четко прослеживается разнонаправленность мнений. В этой связи наиболее отражающими суть теневого сектора являются работы Ф. Ф. Глисина и Ж. Е. Лукашиной, Р. В. Рыбкиной, С. П. Чернявского, Л. В. Никифорова и Т. Е. Кузнецовой, А. П. Нестерова и А. В. Вакурина, А. В. Шестакова, В. В. Радаева, Т. Г. Долгопятовой, Ю. Н. Попова и М. Е. Тарасова, Ю. В. Латова и С. Н. Ковалева и др.

Рассматривая теневую экономику в современных условиях, можно сделать вывод, что теневой сектор в РФ имеет два основных признака, которые связаны между собой:

- нелегальная деятельность в исключительно собственных интересах с целью получения неконтролируемого дохода;
- получение дохода, который полностью или частично переведен из-под фискального контроля для дополнительных экономических выгод.

Как показывает опыт, в теневую экономику людей подталкивают низкие доходы, возникающие вследствие недостаточности рабочих мест с достойной заработной платой. По этой причине люди и находят себе подработку, на которой получают неофициальный доход, который соответственно нигде не фиксируется. Таким образом, при всех своих издержках теневая экономика иногда может оказаться благом. Так, за счет теневого сектора проблема безработицы в развитых странах оказывается куда менее острой, чем могла бы быть.

Кризис финансовой системы, высокие налоги, несовершенство законодательства, низкий уровень жизни населения, высокий уровень безработицы, незащищенность прав собственности – все это является основными причинами появления и развития теневой экономики в России в современных условиях.

Согласно исследованиям Всемирного банка, теневая экономика в РФ составляет 43% от ВВП, в Украине – 46% от ВВП, Шри-Ланка с показателем 38%, а в Китае – всего лишь 13% ВВП, в Швейцарии еще меньше – 8%, а в Израиле – 6,6%. А в России только в неформальной экономике занято более пятой части трудовых ресурсов. Чему основные причины – неэффективное государство и коррупция. По данным Всемирного банка, российская теневая экономика в 3,5 раза больше, чем у других стран «Большой семерки».

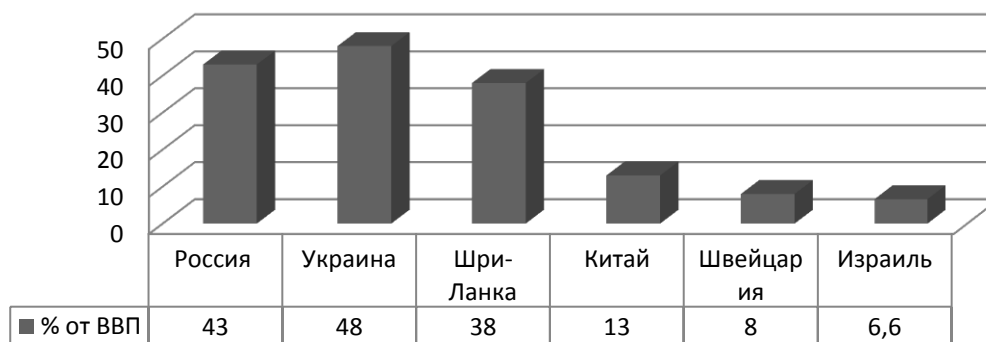


Рис. 1. Статистика стран в теневом секторе

Лидирующие позиции по числу занятых в теневой экономике по данным Росстата занимают такие отрасли экономики как:

- оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования;
- сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;
- обрабатывающие производства;
- транспорт и связь.

Согласно исследованиям, проведенным Федеральной службой по финансовому мониторингу в 2018 году доля теневой экономики в общем объеме ВВП РФ составила более 20 триллионов рублей. Данная сумма рассчитана с учётом нелегальных или незадекларированных импортных товаров, криминальной составляющей, скрытого дохода юридических лиц и неофициальной зарплаты рабочих. Четвёртую часть от общей суммы составляют «чёрные» зарплаты и прибыль от криминального бизнеса.

Таблица 1

Величина теневой экономики РФ от ВВП (%)

Год	Размер теневой экономики РФ, в трлн. руб.	Доля от ВВП, %	Размер ВВП в трлн. руб.
2018	20,7	20	103,6
2017	18,9	20,5	92
2016	24,3	28,3	86
2015	23,4	28,1	83,1
2014	15,35	21,3	71,4
2013	13,01	19,5	66,7
2012	11,36	18	62,4

Инициаторами борьбы с нелегальной экономикой выступают, как правило, наиболее заинтересованные в её уменьшении институциональные единицы – легальный бизнес, государственные органы власти и общественные организации.

В процессе исследования были определены такие методы борьбы с теневым бизнесом, основные среди которых:

- улучшение налогового климата;
- уменьшение административного давления на легальный бизнес;
- защита собственности и личности предпринимателя и предприятий от посягательств криминальных;
- помощь в кредитовании бизнеса;
- устранение системы поборов и вымогательства в любых формах;
- создание системы бизнес-инкубаторов, обучение и переобучение предпринимателей с участием государственных средств и ресурсов.

Величина теневой экономики – один из основных показателей качества государственного управления и роста национальной экономики, её конкурентоспособности на мировом рынке и инвестиционной привлекательности. Высокие темпы развития теневого сектора наносят достаточный ущерб социальной сфере, поэтому правительство должно уделять свое внимание на сведении уровня нелегальной экономики до размеров, не представляющих угроз.

За последнее время Россия предприняла важные шаги по приближению качества деловой среды к странам с высоким уровнем доходов. Этот прогресс – результат постоянных усилий государства по совершенствованию инвестиционного климата.

На основании проведенного исследования, автором предложена система мер, направленных на снижение доли теневой экономики в государстве:

- 1) снижение стоимости коммерческой недвижимости для ведения предпринимательской деятельности;
 - 2) финансирование из регионального бюджета приобретенных направлений развития малого и среднего предпринимательства;
 - 3) борьба с коррупцией;
 - 4) создание эффективного налогового законодательства;
 - 5) создание для предпринимателей более выгодных и безопасных условий участия в легальных официальных рыночных отношениях;
- б) предоставление возможности участникам теневого сектора экономики легализовать теневой капитал.

Выводы. Теневая экономика наносит существенный вред производству и торговле, а также дискредитирует легальное производство перед иностранными потребителями. Представители теневого сектора скрывают от государства налоги, нанося значительный ущерб государственному бюджету.

Для регулирования теневой экономики и ее влияния на общество необходима максимальная открытость информации, осведомленность общества о состоянии тех элементов экономической деятельности. Кроме того, необходимо дальнейшее совершенствование законодательства, в том числе и налогового, а также упрощение системы налогообложения предпринимателей.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 11.04.2019).
2. Федеральная служба всемирного банка [Электронный ресурс]. <http://www.vsemirnyjbank.org/> (дата обращения 11.04.2019).
3. Петров, Е.В. Оценка теневой экономики России / Е.В. Петров // Экономическая безопасность. – 2015. – № 3. – 28 с.
4. Гамза, В. Теневая экономика и коррупция / В. Гамза // Следователь. Федеральное издание. – 2007. – №11(115). – 27 с.
5. Янова, В.В. Экономика. Курс лекций: учебное пособие для вузов / В.В. Янова. – М: Издательство «Экзамен», 2005. – 384 с.

Шаталов А.А., ученик
МОУ «Специализированная школа
с углубленным изучением иностранных языков № 68»
Кужелева А.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
shatalov0508@gmail.com

АНАЛИЗ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ США И РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Актуальность. Россия – это мощное государство с рыночной экономикой, которое в значительной степени формирует институциональные принципы на основе функционирования рынка. Одновременно с этим рыночная экономика России имеет исторически сложившуюся структурную пропорцию, которая отражает количественную взаимосвязь результатов экономического и социального развития. Такие пропорции могут быть рассмотрены на основе преобразовательных процессов, основу которых составляют макроэкономические показатели развития [1]. Особое значение здесь имеет оценка опыта России с опытом подобного государства, как, например, Соединенные Штаты Америки.

Целью исследования является изучение макроэкономических показателей США и России за период 2005-2019 гг. с последующей разработкой прогнозов их мирового лидерства в перспективе.

Результаты исследования. В экономике существует огромное количество показателей, которые позволяют оценить те или иные аспекты экономической жизни государства. Особую роль в статистических оценках макроэкономических показателей уровня развития, приобрели множественные макроэкономические показатели, позволяющие раскрыть суть проблемы и спрогнозировать сценарий развития.

Особый интерес в геополитике мира занимает постоянная гонка двух государств: США и России, что обусловлено историческими и экономическими причинами, а также

желанием управлять. Для более детального изучения представим динамику макроэкономических показателей рассматриваемых стран за 15 лет (табл. 1).

Таким образом, данные таблицы 1 свидетельствуют, что:

- на протяжении 2005-2019 гг. ВВП России имеет позитивную динамику, что обусловлено тем, что после развала СССР и начала построение новой власти, у России было приличное количество межгосударственных долгов, со временем Россия их уменьшала, и благодаря этому увеличила показатели своего ВВП.

В США наоборот ВВП на протяжении исследуемого периода ВВП был постоянным. Но в период с 2010 г. по 2015 г. наблюдается небольшой спад, причиной которого стало ухудшение платежеспособности населения в связи с мировым экономическим кризисом, родиной которого и есть США;

- рост численности населения России имеет отрицательную тенденцию, что вызвано смертностью по причине обеспечения удовлетворительного медицинского обслуживания. В США - численность населения Америки постепенно увеличивалась, что поясняется высокой рождаемостью и гарантированным медицинским страхованием.

- в России имеют позитивную динамику показатели добычи нефти, что можно пояснить такими причинами: появилось больше возможностей выхода на международный рынок для покупки современного оборудования и НТР в России в период с 2015-2017 года достигла своего пика.

Таблица 1

Динамика макроэкономических показателей США и России в 2005-2019 гг. [2]

Показатели	США			Россия		
	2005-2010	2010-2015	2015-2019	2005-2010	2010-2015	2015-2019
ВВП на душу населения (тыс. долл.)	41	38	40	11	15	25
Численность населения (млн. чел)	138,1	141,2	143,4	146,3	142,8	142,0
Добыча нефти (млн. т)	420	448	519	463	520	523
Инфляция (%)	5,4	2,9	4,5	10,77	7,85	7,62

Добыча нефти, это показатель, в котором Россия и США достаточно схожи. Так, в США за рассматриваемый период наблюдалось повышения показателей добычи нефти: производство нефти увеличилось более чем на 70 тонн [3];

- чистый миграционный прирост в России увеличивался последние 15 лет. Этому есть две причины: экономическая и политическая. Аналогична ситуация и в США;

- показатели инфляции в России падали на протяжении 15 лет за счет таких причин: дефицита госбюджета и скорости обращения денег. В США ситуация немного другая - показатель инфляции постоянно низок. Это поясняется тем, что национальная валюта США позволяет экспортировать инфляцию (что возможно за счет мирового лидерства доллара) и крупных банковских резервов.

Выводы. Таким образом, оценка динамики макроэкономических показателей США и России позволила нам сделать такие выводы:

показатель ВВП России в дальнейшем будет стабильно расти и возможно это произойдет не в ближайшие годы, а через 5-7 лет. ВВП США еще достаточно время будет оставаться стабильным, это обусловлено тем, что у страны очень мало межгосударственных долгов;

численность населения в России будет падать по причине смертности в результате снижения уровня населения, поэтому необходим комплекс государственных программ по решению данной проблемы. В США сохраняется положительная динамика, которая обеспечит прирост в ближайшие годы за счет пристального внимания со стороны государства к проблеме здоровья и роста рождаемости населения благодаря поддержке в виде стимулирующих социальных программ;

инфляционные процессы для США не так ощутимы по причине мирового господства доллара и его закреплением в качестве нефtedоллара. В то время как в России все достаточно неоднозначно. Правительство устраняет проблему дефицита госбюджета, но санкции не позволяют полностью решать эту проблему и сдерживают нормальное развитие экономики.

Список литературы:

1. Пикетти, Т. Капитал в XXI веке / Т. Пикетти. – Режим доступа: <http://capitalism.filosoff.org/tvorchestvo/kapital-v-xxi-veke-tomas-piketti/> (дата обращения 13.04.2019).
2. Орленко, Л. Экономика России XXI века. От капитализма к социализму / Л. Орленко. – Режим доступа: <https://www.libfox.ru/585826-leonid-orlenko-ekonomika-rossii-xxi-veka-ot-kapitalizma-k-sotsializmu.html> (дата обращения 13.04.2019).
3. Борисов, Е. Основы экономики Российской Федерации / Е. Борисов. – Второе издание. – Литагент «Дрофа», 2008. – 364 с.
4. Причитко, Д. Экономический образ мышления. / Д. Причитко. – 1997. – 190 с.
5. Кругман, П. Великая ложь / П. Кругман. – М.: АСТ; СПб.: Мидгард, 2004. – 480 с.

Яковлев Е.И., студент
Пилипенко В.В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Jeka453345@gmail.com

РЫНОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ: ДИНАМИКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Актуальность. Важнейшей экономической задачей любого государства на современном этапе развития является обеспечение устойчивого, динамичного экономического роста преимущественно интенсивного типа. Эта задача неразрывно связана с модернизацией производства, структурной перестройкой экономики, привлечением инвестиций в реальный сектор, развитием рынка ценных бумаг.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ теоретических аспектов на рынке ценных бумаг посвящено достаточно большое количество научных работ ученых-экономистов, таких как Анесанц С.А., Батяева Т.А., Столяров И.И. и др.

Цель исследования: изучение возможностей и перспектив рынка государственных ценных бумаг, рассмотрение инвестиционных предпочтений инвесторов.

Результаты исследования. Вложения в государственные ценные бумаги являются одним из самых распространённых инвестиционных решений для крупных институциональных инвесторов. Ограничения, связанные с допустимым инвестиционным рейтингом активов – фактор, безусловно влияющий на их инвестиционные предпочтения.

Анализ ценных бумаг позволяет инвестору получить необходимую информацию для принятия решения о покупке/продаже финансового инструмента. Традиционно выделяют два подхода к инвестиционному анализу: технический и фундаментальный анализ. Первый из них базируется на анализе прошлой динамики цены, позволяющем инвестору выявить кратковременные тенденции, предоставляющие возможность «обыграть» рынок в период корректировки. Основоположником технического анализа является Чарльз Доу, один из создателей фондового индекса Доу-Джонса. Фундаментальный анализ, напротив, ориентирован на выявление долгосрочных тенденций с учетом возможных факторов, оказывающих влияние на деятельность эмитента. Оба подхода, основываясь на разных положениях, используются с целью установления последующего перемещения стоимости конкретного финансового инструмента. Выбирая подход при инвестиционном анализе инвестору необходимо учитывать характеристики соответствующего рынка, которые могут существенно повлиять на финансовый результат при применении каждого из подходов.

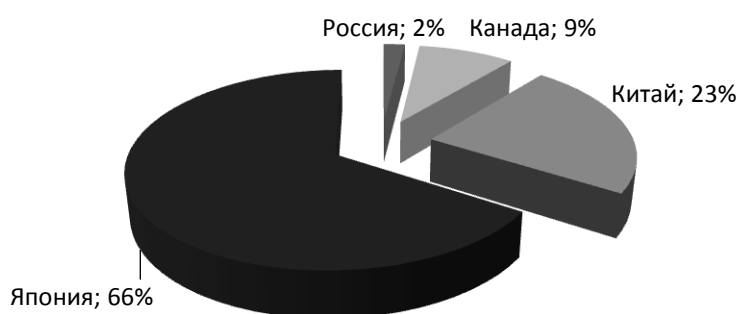


Рис. 1. Объем массы долговых ценных бумаг, находящихся во внутреннем обращении, в 2017 г. [5]

При этом выявление степени эффективности рынка позволяет выбрать более оптимальную инвестиционную стратегию: отсутствие эффективности рынка позволяет получать избыточный доход в результате применения технического анализа, наличие слабой эффективности приводит к необходимости применения фундаментального анализа ввиду отсутствия связи между прошлой динамикой цены и будущей.[2]

На 2017г. объем массы долговых ценных бумаг составила: Россия – 284,6 млрд. долл.; Канада – 1689,5 млрд. долл.; Китай – 4084,7 млрд. долл.; Япония – 12041,2 млрд. долл.

Государственные ценные бумаги обычно подходят под необходимые требования, поскольку исполнение обязательств по ним гарантируется непосредственно государством. Так, за последние 10 лет государственный долг Соединённых Штатов Америки вырос более чем в 2 раза. Несмотря на это стоимость обслуживания долга, благодаря низким процентным ставкам ФРС, оставалась на одном уровне. После выборов президента, а также вполне ожидаемого подъема процентной ставки ФРС в конце минувшего года, доходность по казначейским облигациям США существенно выросла. Дальнейшее повышение процентных ставок может существенно осложнить обслуживание государственного долга в будущем, подставив под угрозу инвестиционный рейтинг крупнейшей экономики мира. В результате чего инвесторам придется реструктурировать свои портфели, что может привести к нестабильности на финансовых рынках, которая способна вызвать дальнейшую распродажу государственных облигаций и повышение их доходности [1].

Программы выкупа активов Центрального Банка Японии и Европейского Центрального банка существенно снизили процентные ставки по облигациям отдельных стран, а в ряде развитых стран, таких как Германия, Франция и Япония доходность ушла в отрицательную зону. В таких условиях инвесторам, очевидная цель которых получение дохода, приходится уходить на другие рынки, включая рынки находящиеся в стадии формирования, в частности, на российский рынок, о чем можно судить по успешному размещению российских еврооблигаций в 2017 году. Успех можно объяснить их высокой доходностью, что особенно важно на фоне низкой процентной ставки в развитых странах, укреплением курса рубля в течение всего 2017 года и достаточно высоким, для подобной доходности, инвестиционным рейтингом России [3].

В сопоставлении с корпорациями, государство конструирует инструменты в более независимой от внешних факторов среде, так как само государство обладает возможностью влиять на регулирующее законодательство (менять его в случае надобности). В том числе, государство обладает возможностью контролировать налоговые ставки.

Таким образом, по сравнению с другими ценными бумагами, риск возникновения негативных последствий для обращения государственных ценных бумаг вследствие изменения нормативной базы практически сведен к минимуму. Спецификой российского рынка ценных бумаг является его нестабильность, неразвитость и высокое зависимое положение от того же самого государства, которое фактически создало этот рынок. При этом государство уже на протяжении многих лет является основным эмитентом ценных бумаг на российском фондовом рынке [4].

В условиях дефицитного, в ближайшие несколько лет, бюджета вполне вероятен рост государственного долга. В этом случае финансовые институты, такие, как негосударственные пенсионные фонды и страховые компании, смогут получить больше надёжных инструментов для инвестиции собственных средств.

Выводы. Для того, чтобы перспективы развития рынка ценных бумаг представляли собой положительное явление необходимо предпринять ряд действий, которые помогут достичь положительных результатов. К числу таких действий относятся следующие меры:

- улучшение законодательной базы Российской Федерации, относительно рынка ценных бумаг и иных финансовых инструментов.

- ввести налоговое стимулирование для инвестиций в рынок ценных бумаг. Делать это необходимо для преимущественных отраслей России. К примеру, в Соединенных Штатах Америки введены особые налоговые льготы для тех, кто занимается инвестицией коммунального хозяйства. Также стоит стимулировать и долгие инвестиции.

- своевременный расчет с инвесторами. Несмотря на все финансовые трудности, в сущности которых оказывается страна, необходимо проводить чистую и прозрачную политику расчетов с иностранными инвесторами.

- выплачивать дивиденды, равные рыночным ценам. Понижение выплаченных дивидендов является отрицательным показателем для развития страны. Конечно, гораздо лучше выплачивать дивиденды по возможности больше заявленной стоимости для привлечения инвестиций;

- регулировать уровень теневой экономики. К сожалению, на данный момент в Российской Федерации крайне высокий уровень теневой экономики и «черной» кассы. К примеру, лишь 30% всех современных отечественных организаций в полной мере отчитываются перед государственными органами. Остальные 70% либо частично скрывают свою прибыль, либо стараются ее минимизировать в отчетах.

Таким образом, на данный момент рынок ценных бумаг Российской Федерации не представляет собой процесс совершенного использования финансовых инструментов и нуждается в серьезной доработке со стороны правительственных органов страны.

Список литературы:

1. Покровская, Н.Н. Рынок государственных ценных бумаг в России: проблемы и перспективы развития / Н.Н. Покровская, М.В. Куриленко // Интернет-журнал «Науковедение». – 2016. – №4, С. 15-20.
2. Халидова, С.Ш. Рынок государственных ценных бумаг России [Электронный ресурс] / С.Ш. Халидова, Л.В. Агаркова // Научный диалог: финансы и кредит – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс». – Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/119269/discussion_platform (дата обращения 10.04.2019).
3. Колесник, И.А. Тенденции развития рынка ценных бумаг корпоративных российских эмитентов / И.А. Колесник // Учет и статистика. – 2017. – №4 (48).
4. Становление и функционирование рынка долговых ценных бумаг как сегмента финансового рынка России [Электронный ресурс] / Экономическая библиотека. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/stanovlenie-i-funktsionirovanie-rynka-dolgovyhtsennyh-bumag-kak-segmenta-finansovogo-rynka-rossii> (дата обращения 10.04.2019).
5. Солдатов, Ю.И. Рынок государственных ценных бумаг в России / Ю.И. Солдатов // Экономический журнал. – 2017. – №3 (35). – С. 21-32.

Демченкова К.С., студентка
Кравченко В.А., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
KarinkaDem@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО ОПЫТА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Актуальность. В современных условиях рыночного хозяйствования всё большее развитие получает международная торговля услугами. Определяя уровень стратегической ориентированности государства, торговля услугами на мировом уровне выступает ключевым рычагом благополучия национальных экономик. Учитывая ужесточение условий конкурентной борьбы, к организации и осуществлению мировой торговли услугами предъявляются всё новые требования, соблюдение которых гарантирует государству устойчивую конкурентную позицию в долгосрочной перспективе.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению 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, В. Вонг, К. Гренрос, Ж. Делез, К. Лавлок, Р.С. Рассел и др.

Цель исследования. Цель работы заключается в теоретическом изучении и исследовании мировой практики торговли услугами различных государств.

Результаты исследования. По мере роста научных, культурных, экономических и других потребностей современного общества увеличивается спрос на услуги, а вместе с ним и международная торговля услугами. Ее быстрому росту способствует многообразие форм и ее постепенная либерализация, особенно в рамках преференциальных торговых соглашений [2]. Для практического подтверждения данной гипотезы проанализируем темпы прироста мирового экспорта услуг, отображенных на рисунке 1.

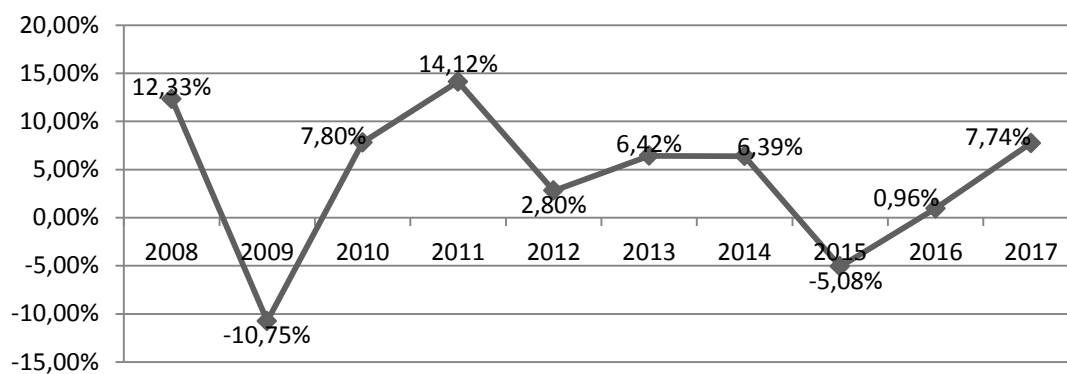


Рис. 1. Анализ темпов прироста мирового экспорта услуг [1]

Таким образом, можно утверждать, что в 2012 году темп прироста значительно снижается (до +2,80%), а потом снова немного повышается до +6,42% и 6,39% в 2013 г. и 2014 г. соответственно. Уже в 2015 году происходит хоть и не такое существенное, как в 2009 г., но всё же снижение мирового экспорта услуг на -5,08 %. Однако, на протяжении последующих 2016-2017 гг. намечается устойчивая тенденция дальнейшего увеличения данного показателя.

Полученные результаты исследования показывают, что за последние десять лет изменения объёмов мирового экспорта услуг носили противоречивый характер – то увеличивались, то уменьшались, что обусловлено нестабильностью конъюнктуры мирового рынка услуг.

Международная торговля услугами всё больше становится неотъемлемой частью мировых хозяйственных отношений и осуществляется наряду с международной торговлей товарами. Различное соотношение объёмов торговли услугами и товарами в структуре общего мирового экспорта позволяет оценить степень перехода мировой экономики от материальной основы к зависимости от качества и количества потребляемых услуг [3]. Исследование удельного веса экспорта услуг в мировом экспорте товаров и услуг позволило получить результаты, отражённые в таблице 1.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что на протяжении исследуемого периода удельный вес мирового экспорта услуг находился на приблизительно одинаковом уровне, с каждым годом отклоняясь в большую или меньшую сторону. С 2012 года и заканчивая 2017 г. отмечается стабильная тенденция роста удельного веса экспорта услуг в мировом объёме экспорта товаров и услуг, который лишь немного снизился в 2017 г. (на -0,47%).

Такого рода тенденция во многом объясняется увеличением количества развивающихся стран и стран с переходной экономикой, в концепции развития которых также всё больше внимание уделяется не материальному производству и торговле товарами, а предоставлению на мировой арене широкого спектра разнообразных услуг.

Таблица 1

Анализ удельного веса экспорта услуг в мировом экспорте товаров и услуг [1]

Годы	Мировой объём экспорта товаров и услуг, млрд. долл. США	Объём экспорта товаров, млрд. долл. США	Объём экспорта услуг, млрд. долл. США	Удельный вес экспорта услуг, %
2012	22 831,7	18 240,2	4 591,4	20,11
2013	23 533,6	18 647,3	4 886,2	20,76
2014	23 935,6	18 737,4	5 198,2	21,72
2015	21 258,3	16 324,2	4 934,1	23,21
2016	20 791,1	15 809,5	4 981,5	23,96
2017	22 845,9	17 478,7	5 367,2	23,49

Данный процесс неизбежно приводит к усилению международной конкуренции – страны-лидеры международной торговли услугами не могут не брать во внимание угрозу появления новых конкурентов. На сегодняшний день пятерка лидеров по объёму экспорта услуг на мировом рынке включает в себя государства, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Анализ лидеров мирового экспорта услуг в 2017 году [1]

Страна	Объём экспорта услуг, млрд. долл. США	Удельный вес в мировом объёме экспорта услуг, %
США	797,69	14,86
Великобритания	359,95	6,71
Германия	308,68	5,75
Франция	276,04	5,14
Китай	206,45	3,85
Япония	186,34	3,47
Индия	185,29	3,45
<i>Объём мирового экспорта услуг</i>	5367,22	-

Несомненным лидером международной торговли услугами являются США, удельный вес которых имеет наибольшее значение (14,86%). На втором месте находится Великобритания, аналогичный показатель которой имеет намного меньше, по сравнению с США, значение (6,71%). Замыкает тройку лидеров Германия с удельным весом экспорта услуг в 5,75 %. Также лидерами в данной сфере являются такие страны как Франция, Китай, Япония, Индия.

Структура международной торговли услугами (рис. 3) достаточно сложна (охватывает несколько десятков видов деятельности). Благодаря научно-техническому прогрессу она постоянно пополняется новыми видами технически сложных услуг, да и «старые» услуги становятся технически более сложными.

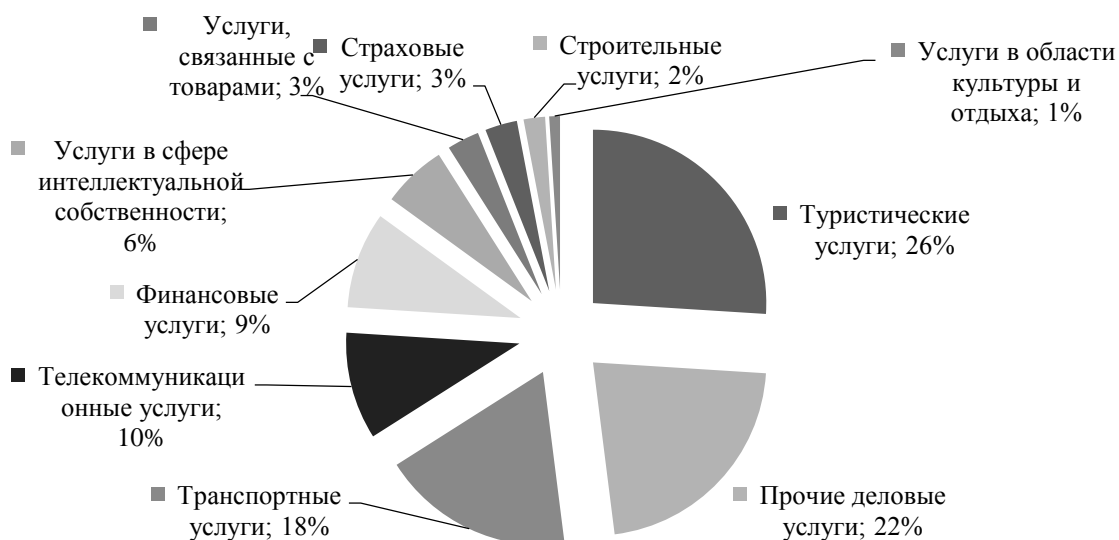


Рис. 3. Анализ структуры мирового экспорта услуг в 2017 году [1]

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольший удельный вес в международной торговле услугами имеют транспортные услуги (26%), затем расположились прочие деловые услуги, к которым относятся консалтинговые, юридические, бухгалтерские, экспертные услуги и т.п. (22%).

Выводы. Проведенное исследование позволяет говорить о том, что международная торговля услугами является перспективной и активно развивающейся сферой жизнедеятельности современного 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.

Список литературы:

1. Мировая и региональная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru> (дата обращения 10.05.2019).
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 услугами: учебник. / И.И. Дюмулен. – М.: Экономика, 2016. – 468 с.

Кузнецова Т.В., студентка
Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
tanya1208@mail.ua

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СТРАНЫ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ РАЗВИТИЯ

Актуальность исследования. На современном этапе мир переживает структурную трансформацию, которая приносит изменения в устройство жизни человечества, невозможно говорить об изолированности процессов, происходящих в

разных регионах земного шара. Изменения в экономике, социальной структуре общества, крупные научно-технические достижения, а также, создание общемирового информационного пространства приводят к формированию нового типа человеческой цивилизации – глобальной. Глобализация подразумевает совокупность процессов становления относительно единых общемировых систем в технологиях, финансах, политико-правовой сфере, экономике, информационной среде, в сфере культуры и других областях человеческой жизнедеятельности. Данный феномен представляет собой наиболее заметную, доминирующую тенденцию современного мирового развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Процесс глобализации привлекал и продолжает привлекать внимание многих ученых, известных экономистов и политологов. Так, Э. Гидденс, К. Ясперса, У. Бек, Д. Розенау, Р. Робертсон предложили различные концепции преобразования мирового устройства, обусловленные глобализацией, изложив свои взгляды касательно этого процесса. Американские экономисты Т. Левитт, Дж. Стиглиц, Н. Бердсолл и Д. Сакс посвятили ряд своих исследований этому вопросу. Среди российских ученых, академик Т. Койчуев также уделил внимание анализу развития экономики в пространстве глобализации.

Цель исследования: исследование теоретических основ и разработка практических рекомендаций в контексте глобализации и ее влияния на страны с различным уровнем развития.

Объект исследования: процесс глобализации, его положительные и отрицательные стороны на примере как развитых, так и развивающихся стран.

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты процесса глобализации и влияния данного феномена на страны с различным уровнем развития.

Результаты исследования. Термин «глобализация» был введен в конце XX века американским экономистом Т. Левиттом [1]. Сейчас, можно найти различные трактовки определения данного феномена, о котором ученые ведут дискуссии. Глобализация – это сложный процесс с неоднородными признаками, которые, в свою очередь, приводят к неоднозначным мнениям по поводу воздействия на мировую экономику. Интеграция стран в единый глобальный хозяйственный комплекс оказывает многостороннее и противоречивое воздействие на процессы развития. В одних странах наблюдается ускоренная социально-экономическая трансформация в сторону образования экономик постиндустриального типа, а в других странах идет обратный процесс – процесс деиндустриализации [2]. Такие противоречивые тенденции развития приводят к образованию очагов напряженности угрозы конфликтов на региональном, национальном и интернациональном уровнях.

Можно выделить позитивные проявления глобализации. В первую очередь возрастание международной конкуренции, которая стимулирует дальнейшее развитие новых технологий и распространение их среди стран. Международное разделение труда и специализацию производства тоже необходимо отнести к позитивным проявлениям. Глобализация дает возможность странам повысить производительность труда в результате рационализации производства на глобальном уровне и распространения передовых технологий. Все позитивные проявления стимулируют дальнейший научно-технический прогресс, результаты которого распространяются среди государств.

При этом, мировое хозяйство сталкивается с рядом негативных последствий глобализации. Наиболее болезненные последствия глобализации могут ощутить на себе менее развитые страны. Главным побочным эффектом глобализации для развивающихся стран является увеличение технологического отставания от развитых

государств. Это отставание, впоследствии, приводит к увеличению количества населения, находящегося за чертой бедности, а также, к еще большей поляризации общества [3]. Еще одну, не меньшую угрозу для национальной экономики представляют ТНК, которые вследствие глобализации становятся фактическими игроками на рынке, препятствуя проведению национально ориентированной политики и ставя свои интересы выше интересов общества.

Развитые страны тоже не могут избежать негативных последствий процесса глобализации. Например, ухудшение состояния окружающей среды, которая приносится в жертву производству, является серьезной проблемой современности и затрагивает все страны мира. Также, одним из главных неблагоприятных последствий является рост уровня безработицы в результате появления дешевой низкоквалифицированной рабочей силы на национальных рынках, в частности, мигрантов. Также, уровень безработицы увеличивается в результате внедрения новых технологий, которое приводит к снижению зависимости производительных процессов от человека (табл. 1.) [4].

Таблица 1

Тенденции и прогнозы в области безработицы (2015-2019 г.)

	Уровень безработицы, %					Количество безработных, млн. чел.				
	2015	2016	2017	2018	2019 прогноз	2015	2016	2017	2018	2019 прогноз
В мире	5,4	5,5	5,7	5,5	5,5	190,8	191,2	192,7	192,3	193,6
Развитые страны	5,5	5,5	5,7	5,5	5,4	33,5	35,9	34,1	32,8	32,6
Развивающиеся страны	5,1	5,2	5,3	5,3	5,3	15,2	15,4	15,6	16,1	16,6
Страны со средним доходом	5,3	5,4	5,6	5,5	5,5	136,8	139,1	143	143,4	144,6

Составлено автором на основе официальных данных <http://www.ilo.org> [4]

Сейчас, глобализация порождает как новые возможности, так и новые риски – политического, экономического, природного характера, местного и общесистемного масштаба. К таким рискам относятся природные катастрофы, международный терроризм, инфекционные заболевания, экологические проблемы [5]. При этом, процесс глобализация мировой экономики, вызванный потребностями политики, экономики и общества, является необратимым процессом. Влияние глобализации на экономический прогресс стран мира с различным уровнем развития проявляется неоднозначно. Вместе с ростом взаимовыгодной торговли и относительно быстрым подъемом даже некоторых беднейших стран объединение богатых и бедных государств на единой торговой платформе грозит усилением экономического неравенства и общемировыми потрясениями.

Проблемы глобализации, с которыми может столкнуться конкретная страна, зависит от позиции, занимаемой ею в мировой экономике, от уровня ее развития и способности приспосабливаться к мировым изменениям. Если говорить о позитивном влиянии глобализации, то его проще почувствовать промышленно развитым государствам, которым предоставляется возможность снизить издержки за счет переноса технологически грязных производств в страны третьего мира [6]. Сейчас, развитые страны все больше навязывают свои правила игры и модели развития, оказывая помощь развивающимся странам – как финансовую, материальную, так и

консультационную. В свою очередь развивающиеся страны, боясь лишиться иностранной помощи, в которой испытывают нужду, имеют все меньше влияния на процессы в своих обществах, выполняя указания международных экономических институтов для сохранения такой помощи.

В результате исследования, можно сделать **вывод**: развивающимся странам необходимо осознавать, что для успешной модернизации экономики важно оценить уровень и этап своего исторического развития, и в связи с этим выстроить рациональную экономическую политику государства. Наиболее эффективная стратегия развития для догоняющих стран должна предусматривать: взаимодействие государства, бизнеса и общества; укрепление законности и защищенности прав, свободу бизнеса и достижение высокого уровня человеческого капитала, создание инновационной экономики и эффективной промышленной политики. Также, не менее важно, наличие сильного государства, способного вывести страну на новый этап развития.

Список литературы:

1. Левитт, Т. Глобализация рынков / Т. Левитт // Классика маркетинга: Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг / пер. с англ.: Н. Виноградова. – СПб.: Питер, 2001. – С.75-91.
2. Бек, У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию: учебное пособие / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.
3. Бердсолл, Н. Усиление неравенства в новой глобальной экономике / Н. Бердсолл // Вопросы экономики. – 2006. – № 4. – С. 84-89.
4. Международная организация труда. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ilo.org>. (дата обращения 21.03.2019).
5. Койчуев, Т. Глобализация – противоречивая черта современного мирового развития / Т. Койчуев // Общество и экономика. – 2006. – № 3. – С. 78-94.
6. Стиглиц, Дж. Ю. Глобализация: тревожные тенденции / Дж. Ю. Стиглиц; пер. с английского Г.Г. Пирогова. – М.: Национальный общественно-научный фонд, 2004. – 304 с.

Секция «Modern economic trends»

Golovko Sophia, student
Zhdanova Natalia, PhD in Philol., Ass. Prof.
Donetsk National University
golovko.lic@gmail.com

THE IMPORTANCE OF LOGO DESIGN FOR BUSINESS

The design of a logo is a very important and crucial step in the building process of any company's brand. Creating a logo for your company confirm that your brand is legit and ready to conquer the business market.

A logo is far more than just a picture. It can often be described as the face of a company. It is a strong tool for making a great first lasting impression, and it is usually the first thing that a potential customer will notice. With time, it can even be established as a marker of great quality.

Logos have also the power to create instant recognition among an audience of clients and create a strong foundation for the branding of the company. Businesses for example like McDonalds, Burger King, Nike, and Adidas – are all known by their brand's logo.

Therefore, it is known that logos are the heart of visual communication. They can transmit information and content through visual symbols letting people understand their message or meaning at a glance [5].

A logo generally involves symbols, stylized text or both. Logos are often created by a graphic artist who is in consultation with the company and marketing experts.

There are three existing categories of logos, which often are used in combination. These three categories are:

- Ideographs - freeform images that can be entirely abstract.
- Pictographs - symbolic, representational images.
- Logotypes - simple, textual representations, like a company's initials [3].

The process of creating a great logo requires a great amount of dedication, knowledge and essential skills. The graphic designer, in order to start creating a logo for a company, has to understand or at least have an idea about the ideology and the concepts of that particular business company. It is very important that the logo delivers the correct message about the client company.

A great logo is distinctive enough to be easily recognized, be memorable and simple enough to work across multiple media. It is important that the consumers are able to recognize the brand, whether it's printed on a t-shirt, on a billboard or in a digital ad on someone's phone [4].

It definitely needs to be unique so it is not competing with other company logos. It is important also that the logo makes an impact both in color and in black and white [1].

With logos, especially, details are extremely important. There must be paid particular attention to every element of the logo, including colors, shapes and fonts. All of these elements help to convey a message about the brand. For example, a gym may choose to use thick, bold fonts, while a wedding planning agency may use fanciful, cursive fonts for their logo.

The color schemes of logos can greatly help develop an emotional tie to a product or brand.

Recognizing that some colors are more memorable than others or more emotionally triggering can really help the process of correctly customizing the logo. For example, one company selling juice might use a very colorful palette to evoke happy feelings about

vacations and exotic fruits, where another company selling expensive watches could use dark colors to keep with the formal feel of black-tie events.

This technic is used by many brands including fast food chains as McDonalds and KFC. If you noticed, their logos have a specific palette of yellow and red colors that according to a vast majority of researches are capable of triggering appetite, sense of happiness and friendliness, which make it easier to attract more customers and making the brand more established.

To conclude, business logo design is an important tool when it comes to promoting a company's products or services. A well-made logo can really help in building the overall reputation, and trust with potential customers and audience. It can add strong advertising features to the company's identity giving a sense of credibility. However, it is essential that the logo has a unique design and is revealing the right message using the right tools and technics. Therefore, only then a logo will make the right everlasting positive impression on the potential customers.

List of references:

1. Logo, brand identity, brand: what is branding? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.visiblelogic.com/blog/logo-brand-identity-brand-what-is-branding/> (дата обращения 20.04.2019).

2. Importance of Logos in Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smallbusiness.chron.com/importance-logos-business-577.html> (дата обращения 20.04.2019).

3. Мои книги в Google Play [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books> (дата обращения 20.04.2019).

4. The Importance of a Logo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.instantshift.com/2012/11/16/the-importance-of-a-logo/> (дата обращения 20.04.2019).

5. Internet acronyms and lingo logo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://whatis.techtarget.com/definition/logo> (дата обращения 20.04.2019).

Zalavskaya A.V., student
Lychko L.Y., Associate Professor
Donetsk Academy of Management and
Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic
aleksandr zalavskaya@mail.ru

OUTSOURCING AS A TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

Relevance. At the present stage of development of market relations in conditions of tough competition, enterprises need to improve the efficiency of their production activities. Those entrepreneurial structures that conduct their business in the most efficient way survive and achieve success reducing operational expenses while maintaining the high quality of goods and services.

Analysis of recent research and publications. The problems of the notion, objectives and efficiency of outsourcing were considered by Western scientists, such as J.-L. Bravar, R. Morgan, Bersin, M. Donellan, E. Yordon, S. Clements and J. Haywood. It is necessary to

note the contribution to the development of the concept of outsourcing was made by Russian economists such as B. Anikin, S. Kalendzhyan, D. Mikhailov, I. Rudaya.

Purpose of the study is to give the definition of outsourcing and justify the use of outsourcing as a tool of improving the efficiency of enterprises.

The results of the study. Outsourcing has been used by Western companies as a modern cost optimization tool for decades. It gives the company the opportunity to strengthen its competitive advantages on the market on the basis of improving the efficiency of business processes and the quality of products and services. This refers to cost control and risk reduction. As a result, a business growth program has been implemented, which was aimed at increasing the profitability of production.

Outsourcing is the transfer of certain types or functions of the production activities of another company operating in the required area on the basis of a contract. The advantages of outsourcing are as follows [1]:

- the company orders only those types of work and services that are necessary to produce the required quantity of products and pays only for the final result, therefore the costs of implementing this function are outsourced. In contrast, when the company deals with insourcing, costs are conditionally permanent, i.e. it has to pay wages not only for work but for idle times every month as well;

- unlike the company's specialist an outsourcer performs works (give services) related to a particular professional activity, he has more potential in comparison with the company's specialists;

- in case of improper performance of the contract, the outsourcer is brought to civil liability, including the obligation to compensate the contracting company for any losses incurred, including profits loss;

- the outsourcing company is relieved of the need to organize and monitor the process of work performed by the outsourcer, since acceptance is carried out only by the final result;

- along with an outsourcer in the same market, there are other business entities seeking to take its place. This forces the outsourcer to maintain constantly its competitiveness at the proper level, including prices reduction and improvement the quality of products (goods, works and services).

It should be noted that the “reverse side of the medal” of outsourcing is primarily higher requirements for the management system of the customer's company: relations with outsourcers must be built on the basis of an organizational plan including a clear system of setting specific tasks, accounting and control of the quantity and quality of work performed and in cooperation with lawyers [2].

Otherwise, the listed benefits of outsourcing will turn into disadvantages: the customer company will receive an irresponsible and non-obligatory counterparty for large money, and the functions that are very important for the life of the company will be a source of increased risks. Because of this the quality of their implementation will be insufficient due to lack of proper control. This will inevitably ultimately lead to a decrease in the competitiveness of the client enterprise.

Findings. Thus, today outsourcing opportunities can increase the efficiency of companies. At the moment, the market for outsourcing services requires further development, which will provide them with the opportunities to significantly reduce costs, concentrate on there development, without wasting time on the functioning business processes monitoring, to receive services of a good quality from a team of specialists in various fields of activity, to use cutting age technologies.

Bibliography:

1. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. – 2-е

изд. – М.: ИНФРАМ, 2006. – 31 с.

2. Михайлов, Д.М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса: учеб. пособие / Д.М. Михайлов. – М.: Кнорус, 2006. – С. 12.

Khrapovitskaya E. D., student
Bespyatya M.N., Associate Professor
Yeshchenko L.V., Senior Lecturer
Donetsk National University
olgaolgaolga111@mail.ru

CRYPTOCURRENCY MARKETING

Relevance of the problem. Today, cryptocurrencies are becoming more and more popular, because the cryptocurrency is not tied to banks, any state, ensures confidentiality of transactions and is quite limited. That is why cryptocurrencies are attracting more and more attention. However, for their promotion, unconventional methods of advertising are necessary, there are a lot of services and platforms (Google, Twitter, Instagram and many others) that prohibit ICO and cryptocurrency advertising, blocking posts and messages with their mentioning.

Analysis of recent researches and publications. This topic is new and is of interest to many national and foreign scientists. Among them are Adam Now, Andreas Antonopoulos, Nathaniel Popper, David Chom, Alexander Prosviryakov.

Objective of the research. The goal of this analysis of cryptocurrencies is revealing their characteristics, ways of their obtaining and possible problems, promotion of crypto projects and tools for their advertising.

The main part of the research. The first and the most common cryptocurrency is Bitcoin. The true creator of this currency can not be identified, but it is believed that it was invented by a man named Satoshi Nakamoto in 2008. Today Bitcoin is a unique digital commodity [1]. This network does not have a single control center, which makes it impossible to freeze individual accounts or liquidate payments. The calculations are absolutely anonymous. A couple of months ago, any advertising tools were available to marketers of projects related to cryptocurrencies and blockchain. Companies do not have the right to experiment with the promotion of projects, because this experiment can cost a huge amount. In addition, there is no clear algorithm for the work of many Internet sites, so counting on advertising in Facebook, you may encounter the fact that advertising messages can be blocked, or the page will fall into the "black list". The strategy for a crypto project is chosen relative to the category in which it is included. If it is a "long-playing" business (blockchain service, exchanges), then marketers choose a long strategy that will guarantee the work of advertising not only today, but also in future periods [2].

The second category includes ICO - Initial Coin's Offering (this is a kind of investment mainly in an unsolicited project, when the crypto currency did not enter the market). In this case the task is to quickly launch advertising, in contrast to the first category, where marketers minimize their advertising posts and "intrusion" into social networks, here they attract customers with General information and articles about the technology of bitcoin as a whole. Promotion of ICO is characterized by the creation of a huge number of accounts. If one account is blocked, the functions simply switch to another one. In the promotion of ICO there are some difficulties related to the fact that some of these projects are structural to the blockchain (for example when you create a faster Protocol), but there are just projects to

gather investment (for the creation of the product or site to run). However, the company that obtained the investments may not launch the project a full. Despite the bans of advertising on many Internet resources and problems with legal regulation, the Google platform continues to advertise crypto projects (although the company promised block starting it from June). Many marketers have suspended advertising campaigns, and some even disconnected Google Analytics on May 31, as expected that the company Google as well as Facebook will impose strict restrictions. For this purpose, it is an "Internet police" is being created and moderators to monitor all crypto-publications. Companies will not launch their crypto currency by themselves, but at the same time information about tokens from Google in the Media raises the value of the company's shares. Also, to promote crypto projects, you can use CPA networks, publications on specialized sites, listings, ICO trackers. ESports startups are successfully promoted through Twitch or YouTube channel which is subject to the same rules as Google. The main objective of marketing is to find new sites for advertising, for example Quora, where a well-functioning banner ads are functioning well and the sites that provide answers to the questions (Answers @Mail.Ru), advertising through SMS. Many providers have legally collected databases of phone numbers that let you easily and inexpensively send messages to people. It may even be the target audience that has already been interested in the industry. Many companies also use fake domains, similar to those that have well-known sites (aim.ua or ian.ua instead ain.ua), thus, a person can make a mistake and get to your site [3].

For the analysis of marketing work the whole analytics systems are used, for ICO Google Analytics is often chosen. Even before the launch of the advertising campaign, you need to adjust everything correctly: the first stage concerns site traffic, the second on deals with the registration process, the third one concedes the identification (registration stage) of the client, the fourth stage concentrates on the investment in the proposed project. An example of ICO, which has successfully chosen a marketing strategy, is Ubcoin, which is presented as one of the developed markets for the exchange of crypto currency for real goods and vice versa. The Ubcoin market is a real leap forward for humanity. The Ubcoin team has existed since 2009, where employees are citizens of different countries of the world. The company has organized conferences has given advertising in specialized groups and chat rooms, has created a channel to the Telegram, where are answers to questions. The company attracted investors to launch the project and raise funds for product development and promotion. The company's program was as follows:

until 31.05.2018 – pre-sales;

until 31.07.2018 – the application was implemented in Eastern Europe, later – in other countries. To run the project, it was necessary to get investments in the amount of 100,000,000 USD, 2.000.000.000 tokens (UBC) were issued. The fundraising was successful, and the bulk part of the fees went to the investments were spent on marketing company.

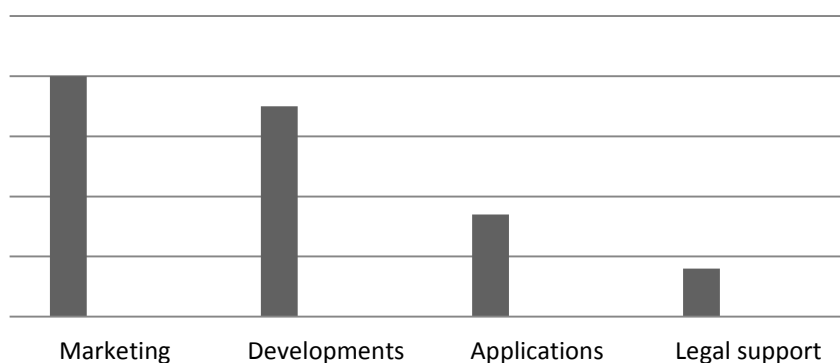


Fig. 1. The distribution of invested funds

Tokenale closed successfully on the 27 August 2018. Ubcoin Market Cryptocurrency is not subject to mining, that is, all the coins of this cryptocurrency were issued immediately or are issued exclusively by developers. Advertising support of the company continues [4].

Conclusions. There are quite a lot of crypto-currency marketing tools, however, it is difficult to predict which of them will be the most effective in the near future. Each company chooses its own development strategy and promotion tools, which are effective in different ways in different cases.

References:

1. ICO, Initial Coin Offering [Electronic resource]. – Access mode: ru.wikipedia.org/wiki/ICO (cryptocurrency)
2. Cryptocurrencies by Market Capitalization [Electronic resource]. – Access mode: <https://coinmarketcap.com/>
3. ICORating's Annual Report 2017 [Electronic resource]. – Access mode: icorating.com/ICORating_annual_report_2017.pdf
4. Ubcoin [Electronic resource]. – Access mode: <https://ubcoin.io/>

Korablev A.A, student
Vorob'yova Yu.S., Assistant Lecturer
Yeshchenko L.V., Senior Lecturer
Donetsk National University
fregat00@mail.ua

**CURRENT DEVELOPMENT TENDENCIES IN HIGH TECHNOLOGY EXPORTS
OF THE EU COUNTRIES**

Relevance of the problem. The importance of this study is determined by the fact that people stay to both consume and produce high tech in the daily life and it affects the certain economic rates.

Analysis of recent researches and publications. The object of my study has been mentioned in different articles and official reports by European authors' such as G. Grossman, E. Helpman, M. Falk and others. However, nobody have disclosed the problems and approaching concerning this issue yet.

Objective of the research. The main objectives is the analysis of high technology exports development in the EU countries and evaluation of its interdependence with GDP of the EU countries as a resulting indicator of the development of its national economies.

The main part of the research. Countries' place in the new international division of labor and their competitive ability in the worldwide economy depend on their capacity of manufacturing and exporting science-intensive, technically complex goods and services.

High technology produce exports create the impulse to the development of the country's economy and the growth of its GDP.

Considering the global economy interdependence, it should be said that sustainable economic development of countries and the growth of their competitiveness could be achieved only if the manufacturing of the high-tech industries importance will be increasing.

The EU's competitive ability in the world depends on the dynamic development of the high-tech sector and the increasing of the high-tech goods share in exports.

However, it is not a good period for the high-tech development in Europe. There is a decreasing of its absolute performance since 2015. This dynamic is caused by the oil world

prices decline and the slowdown in economic growth in many countries, which has a direct control over the industrial production (fig. 1).

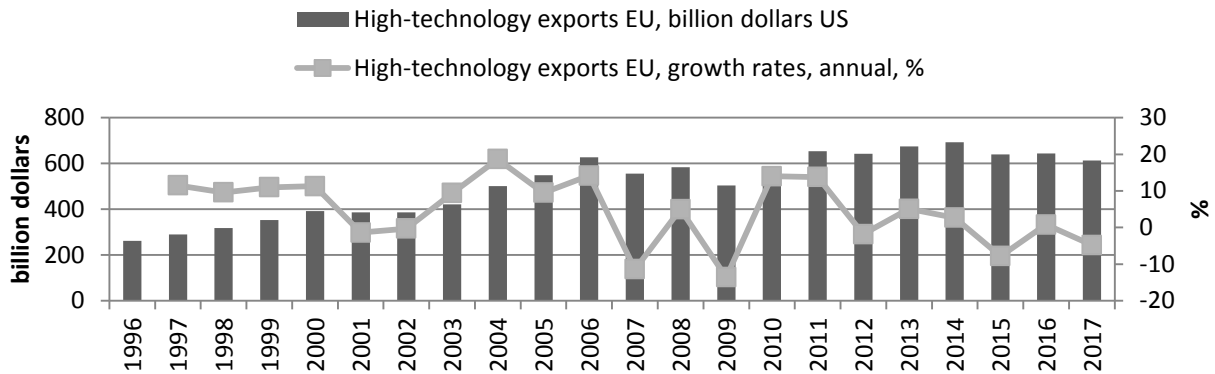


Fig. 1. Dynamics of high-tech exports (billion dollars) of EU countries and its growth rate in 1996-2017, %

Concerning the differentiation of EU countries by the high-tech exports level growth rates in 2017, it should be admitted that it is significant (fig.2). There are the highest results in Bulgaria – 101.2%, Cyprus – 97.8% and Estonia – 89.8%. Latvia showed a rather high growth – 45.9%, Lithuania – 19.4%, the Netherlands – 19.9%, Slovakia and Romania – 18.7% each. The largest decline among the EU countries was in Ireland – minus 29.4%.

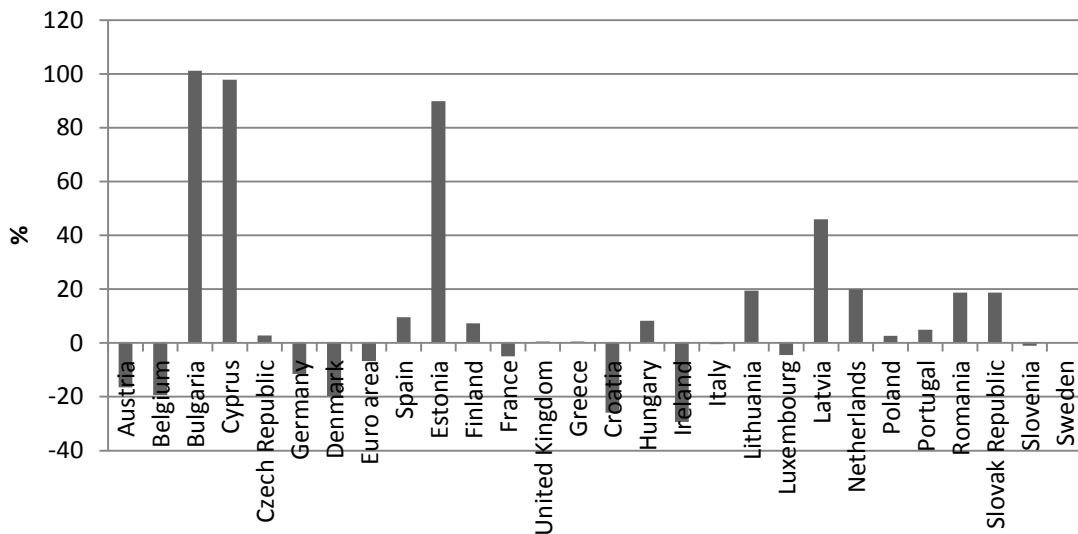


Fig. 2. Growth rates of high-tech exports of EU countries in 2017, %.

In many ways, this differentiation is explained by the process of deindustrialization in most developed European countries, which are moving industrial production to other countries (including Eastern European), and exports are shifting from goods to the provision of high-tech services.

In addition, the countries of the recent waves of EU enlargement (2004, 2007) are seeking to get rid of the technological backwardness and increase export efficiency by increasing its manufacturability. The highest increase in exports of high-tech products in the period 1995-2017 was showed by the following countries: Romania (64.5 times), Slovakia (38.4 times), Lithuania (37.8 times), Latvia (34 times), Poland (32 times), Estonia and Bulgaria (22.5 times), the Czech Republic (20 time).

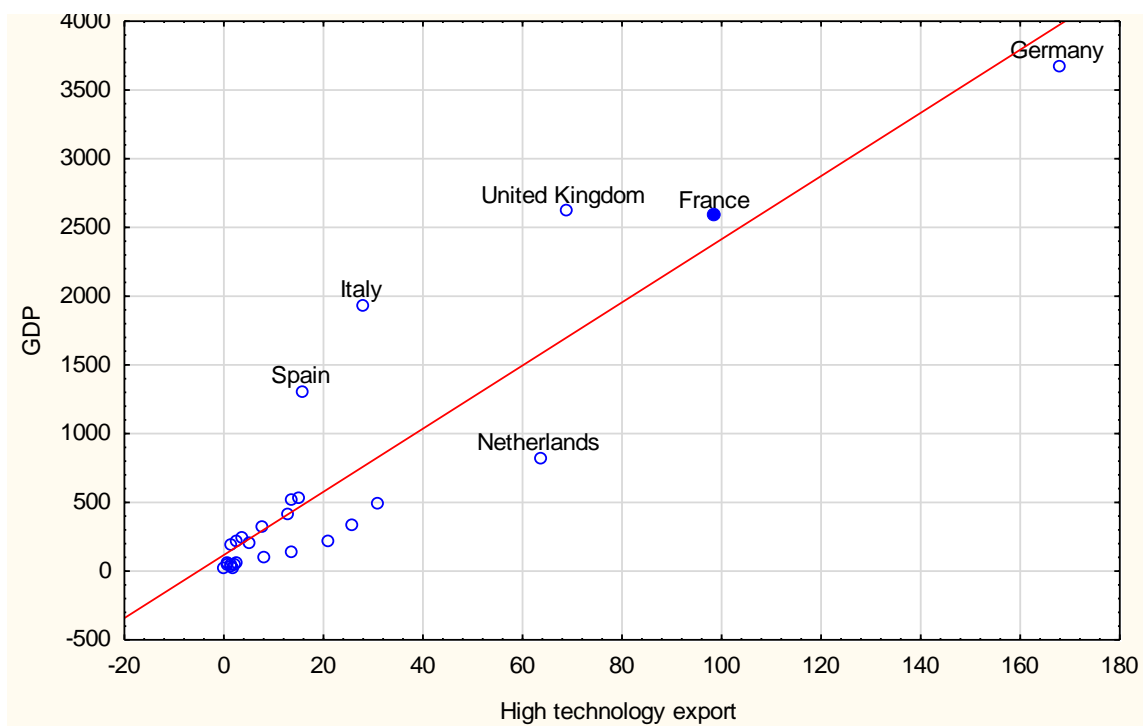


Fig. 3. Scatter diagram for GDP and high technology export, 2017

In a further investigation, the authors presented a scatter diagram created by using the Statistica software in order to demonstrate the dependence between the high-tech exports and GDP in different European countries in 2017.

The highest rates of high-tech exports and GDP were observed in Germany, which is far ahead of the others in amount of mergers, but the deviation from the trend line is not significant. According to absolute results, France is in second place with a slight deviation from the average. A substantial deviation from the trend line is shown by the UK, Italy and Spain, which have a comparatively larger GDP than the average ratio, with less high-tech export volume.

There is the opposite situation in the Netherlands. The deviation from the average is caused by increasing of the high-tech export.

According to the submitted results, the differentiation of EU countries in terms of high-tech export and its impact on national GDP is too strong.

Conclusions:

1. There was revealed a strong differentiation of the EU countries in terms of high-tech export and its impact on national GDP.

2. In context of current trends in the development of high-tech exports to the EU, there was reduction of its absolute indicators since 2015; unstable growth rates in the period 1997-2017 in the whole EU; and the uneven growth rate of high-tech exports among the member countries.

3. According to the degree of influence of exports of high-tech products on the GDP of the EU countries, the classifications of four groups was made. For most of the union's members, this influence is significant, but has different ratio variants and does not depend on the level of development or size of the economies. That is why 1-3 groups include 'old' EU states with a high level of economic development and 'new' participants of the integration union.

4. The countries of the last expansion waves are motivated to catch up technological progress and to increase the efficiency of exports due to the growth of its technological effectiveness.

References:

1. Ekananda, M. The Role of High-Tech Exports and of Foreign Direct Investments (FDI) on Economic Growth / M. Ekananda, D.J. Parlingoman // European Research Studies Journal. – Volume XX, Issue 4A. – 2017. – P. 194-212.
2. Falk, M. High-tech exports and economic growth in industrialized countries / M. Falk // Applied Economics Letters. – 2009. – Vol. 16. – Issue 10. – P. 1025-1028.
3. Grossman, G., E. Helpman, Technology and trade / G. Grossman, E. Helpman, K. Rogoff (eds.). – Handbook of International Economics, Elsevier, vol. 3, 1995.
4. Sandua, St. Impact of R&D and Innovation on high-tech export. / St. Sandua, B. Ciocanelb // Procedia Economics and Finance. – 2014. – P.80 – 90.

Yanenko V. Y., student
Kozachenko Z. N., Senior Lecturer
Yeshenko L. V., Senior Lecturer
Donetsk National University

FUNCTIONING OF THE BANKING SYSTEM IN UNRECOGNIZED STATES

Relevance of the problem. Any country's development mainly depends on the functioning of the banking system. Banks take major part in the country's development by accumulating money, providing loans, doing monetary estimations, emitting currency into money circulation, serving stock markets, rendering various economic services. At the moment the banking system of The Donetsk People's Republic is a single-tier system, and that fact is preventing the state from the further development. The relevance of the problem lies in the possibility of forming banking system in the DPR relying on the study of the payment system formation in the Republic of South Ossetia, state unrecognized by the international community.

Analysis of recent researches and publications. The functioning of the banking systems in unrecognized countries was analyzed in studies of Shelomancev A.G., Berg D. B., Doroshenko S. V. and others.

Objective of the research is the analysis of peculiarities and prospects of the payment system formation in unrecognized countries.

The main part of the research. A developed banking system is one of the main components of the healthy economy of any country. The Republic of South Ossetia is a partially recognized country with defective economic connections, where the financial area and economy are still in the state of crisis.

South Ossetia claimed its independence in 1991 and started the active process of convergence with the Russian Federation in 2008. The banking system of the Republic of South Ossetia is represented by the National Bank and three credit institutions: "Joint Stock Savings Bank of South Ossetia" (Public Company); commercial bank "International Clearance Bank" (Limited Liability Company); "Republic Bank of Development" (Limited Liability Company). There are also discussions on the possibility of the Russian banks' branches coming to South Ossetia.

Today, the Republic of South Ossetia is facing a lack of the credit resources. It is supposed that the appearance of the Russian banking capital will be a serious breakthrough in

the credit area. The Central Bank of the Russian Federation gives a helping hand to the National Bank of the Republic of South Ossetia in creation of the national payment system, which also includes usage of bank cards. The Bank of Russia and the National Bank of South Ossetia organized the issue of debit cards of the Russian payment system “Golden Crown” for South Ossetia. Emission and acquiring of cards is being run by the National Bank of South Ossetia. The zones of the cards’ coverage are the Russian Federation and the Republic of South Ossetia.

The government of the Republic of South Ossetia acts as a guarantor to the Savings Bank that gives loans for the reconstruction and development of business.

In November 2005 the National Bank of South Ossetia opened currency accounts that enable to transfer and obtain money in dollars and euros. Because of the low demand the other currencies now are not in circulation.

In 2017 the profit of the National Bank of South Ossetia amounted to 139 980 rubles. There is a slight growth in comparison to 2016, when the profit was 87 955 rubles, which means that in the state of the partial unrecognition the banking system of South Ossetia is developing.

The Central Bank of the Donetsk People’s Republic (CRB) was created on 7 October 2014. CRB is the main bank of the Republic, it initially was rendering services only to the state and legal entities. Since 2015 Bank also has been rendering services to the individuals.

The existing system of cash machines and the opening of the current CRB card accounts provide electronic banking services of payments: pensions, scholarships, social benefits, salaries.

However, the crediting activity in the DPR, which is needed for the creation of the resource base, is not settled, because the Republic is continuing to be in the zone of the military actions.

South Ossetia recognized the independence of the DPR and the LPR and opened its representation offices in republics. Authorities of the republics are fully prepared for the cooperation in every direction with South Ossetia, which can be profitable for both sides. The opening of the «International Bank of South Ossetia» branch, that will be authorized to provide financial services accordingly to the council of ministers of the DPR, is also on the way.

Conclusions. Taking into account the experience of South Ossetia, the Donetsk People’s Republic should establish relations between the Bank of Russia, the National Bank of the Republic of South Ossetia by concluding relevant agreements. In questions concerning creation of the necessary conditions for the execution of foreign economic activity it is sufficient to have a tight connection between the CRB and the government of the Republic, the Ministry of Taxes and Duties, the State Customs Service and other state institutions.

References:

1. Official page of the National Bank of the Republic of the South Ossetia [Electronic resource]. – Годовой баланс Банка Республики по состоянию на 01.01.2017 г. – Access mode: <https://www.bank-ossetia.org/accountability/audit/>.
2. Official page of the Central Republican Bank of DPR [Electronic resource]. – Access mode: <https://crb-dnr.ru>.
3. The first payment system was settled in the Republic [Electronic resource]. – Access mode: <https://crb-dnr.ru/news/v-respublike-zaregistrovanna-pervaya-platezhnaya-sistema.html>.

Секция «Международный бизнес»

Бондарь Е.В., студентка
Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
ekaterinabondar2000@gmail.com

**ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ
ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ**

Актуальность выбранной темы заключается в ограниченности традиционных источников энергии в мире. С учетом необходимости перехода к устойчивому эколого-экономическому типу развития мировой экономики, данное обстоятельство обусловит неизбежность перехода к нетрадиционным, альтернативным источникам энергии. Они экологичны и возобновляемы, что делает их перспективной заменой традиционной энергетике, основанной на потреблении углеводородов.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблем, связанных с перспективами использования альтернативных источников энергии, посвящены научные труды А. Козлова, П. Абрамов, К. Трубецкой, Ю. Курилов и др.

Целью работы является исследование практической значимости альтернативных источников энергии и факторов, ускоряющих внедрение нетрадиционных энергоресурсов, рассмотрение проблем и путей реализации проектов по использованию альтернативных источников энергии.

Результаты исследования. В связи с тем, что общество вступает на новый этап своего развития, ему требуются колоссальные затраты энергии. Учитывая факт ограниченности всех видов топливных ресурсов, мир столкнулся с проблемой нехватки углеводородного сырья, которая с каждым годом усугубляется.

На сегодняшний день многие страны уделяют особое внимание развитию и внедрению альтернативных, возобновляемых источников энергии, т.к. по оценкам специалистов к 2050 г. энергопотребление в мире увеличится не менее чем в 2 раза, а к 2100 г. – в 2,5 раза [1].

Различные источники энергии человечество использует давно, но возросшая масштабность их применения наносит невосполнимый урон окружающей среде. Актуальность использования нетрадиционных источников энергии будет непрерывно возрастать, требуя ускорения процессов поиска и внедрения. Уже сегодня большинство стран на государственном уровне вынуждены внедрять программы, снижающие расход энергии, тратя на это огромные средства.

Факторы, ускоряющие внедрение нетрадиционных энергоресурсов:

1. Социальная напряженность в обществе, вызванная снижением качества жизни, ростом плотности и численности населения, экономической и экологической обстановкой, постоянное ухудшение которых приводят к росту различных заболеваний.

2. Конечность и постоянно возрастающая сложность добычи ископаемого топлива. Данная тенденция неминуемо потребует ускорить переход на возобновляемые энергоресурсы.

3. Политический фактор, который выведет в мировые лидеры ту страну, которая первой полноценно освоит альтернативную энергетiku.

Учитывая масштабы и значимость энергетики необходимо уже сейчас принимать решительные меры по развитию и внедрению альтернативных энергетических

технологий. В Исландии уже сегодня доля ВИЭ составляет 74,5% и планирует к 2050 г. перейти полностью только на использование возобновляемых источников энергии [3].

К основным проблемам развития альтернативной энергетики относят:

1. Отсутствие государственной поддержки. Без серьезной государственной поддержки использование альтернативной энергетики будет убыточным и бессмысленным.

2. Значительных затрат потребует не только производство, но и транспортировка энергии.

3. Зависимость от погодных условий.

4. Непостоянство природных явлений – это еще одна серьезная проблема альтернативных источников энергии. Солнце может в любой момент скрыться за тучами, ветер утихнуть, а высота приливов уменьшиться.

5. Длительный процесс оформления документов. Людям, которые хотят открыть частную электростанцию, придется столкнуться с необходимостью в получении большого количества бумаг и разрешений. Перед началом выполнения работ по установке электростанции в обязательном порядке надо получить разрешение местных властей на постройку. Также необходимо ознакомиться с перечнем условий и требований к техническим характеристикам строящихся объектов.

6. Отрицательные последствия функционирования альтернативных источников энергии. Шумная работа характерна не для всех видов альтернативных источников энергии, но игнорировать наличие этого фактора нельзя. При работе ветряных электростанций сила шумового эффекта достигает 34-45 дБ на расстоянии 20 метров. Еще один минус альтернативных источников энергии – неприятный запах. Он характерен для биомассовой энергетики, основанной на разложении отмерших растений. Решить проблему неприятного запаха не поможет и использование герметичных контейнеров.

7. Значительная стоимость оборудования для генерации энергии. Производство оборудования для электростанций – это сложный и трудоемкий процесс, требующий значительных финансовых вложений.

В масштабах мировой экономики альтернативные источники энергии не дают большой выгоды, однако, в рамках отдельного дома они могут быть привлекательны [4].

Солнечные элементы становятся все доступнее для обычных домовладельцев. Если еще 5-7 лет назад стоимость ветрогенератора мощностью 5-6 кВт составляла около 600-800 тыс. руб., то сегодня их можно приобрести по цене от 120 тысяч рублей.

На сегодняшний день общий объем капиталовложений в развитие возобновляемой энергетики уже больше 1 трлн. долларов, что говорит об огромном интересе инвесторов к развитию данной отрасли.

Поисковая интернет-система Google объявила о переводе в 2018 году всех своих офисов и все 13 хранилищ компьютерных данных в мире на альтернативные источники питания, что должно превратить компанию в крупнейшего потребителя «зеленой» энергии. Таким образом, Google стала компанией, присоединившейся к так называемой инициативе Re100. Она возникла в 2014 году в ходе экологической конференции в Нью-Йорке. На долю компаний в коммерческом и промышленном секторе приходится две трети мирового объема конечного потребления электроэнергии. Переключение этого спроса на альтернативные источники энергии ускорит трансформацию глобального энергетического рынка и поможет перейти к низкоуглеродной экономике.

RE100 разделяет убедительные деловые аргументы в пользу альтернативных источников энергии. К участию в этой инициативе подключились компании самого

разного профиля: от телекоммуникаций и компьютерных систем до розничной торговли и производства продуктов питания [1].

Марк Делуччи из Калифорнийского университета и Марк Джейкобсон из Стэнфордского университета пришли к выводу, что ветра, воды и солнечного света может быть достаточно. Попытавшись рассчитать, чего будет стоить обеспечение «зелёной» энергией всех зданий, а также автомобилей, самолётов и кораблей, учёные заключили, что люди вполне могли бы справиться уже к 2050 году. Поэтому, для стопроцентного перехода на возобновляемые источники необходимо построить около трех миллионов ветровых турбин. Мощность каждой должна быть 5 МВт – это в 3-4 раза превышает достигнутых результатов в этой сфере. Первая пятимегаваттная турбина была установлена в Германии в 2006-м, а, к примеру, в Китае она появилась только в 2017 году. Что касается солнечных фабрик, то их понадобится 90 тыс. – и тех, что вырабатывают электричество напрямую, и таких, которые концентрируют солнечную энергию для нагревания котлов с водой. Мощность одной электростанции должна составлять 300 МВт. Пока в мире менее трёх десятков таких солнечных фабрик. Увы, эти системы не смогут заменить солнечных панелей на крышах домов: нам потребуется 1,7 млрд. 3-киловаттных фотогальванических покрытий – по одному на четырёх человек. Для внедрения проектов нам понадобится сталь, бетон и прочие материалы. Специалисты считают, что с этим проблем быть не должно – просто дайте заказы. Но что делать с менее распространёнными ресурсами – например, редкоземельным неодимом, который используется в производстве магнитов? Это и есть самое уязвимое место. Для изготовления нужного количества электрогенераторов добыча неодима должна увеличиться более чем пятикратно [2].

Надо отметить, что учёные могли существенно облегчить себе задачу, включив в анализ биомассу. Однако они не включили этот вариант из-за того, что производство этанола и биодизеля подразумевает использование огромных территорий и к тому же загрязняет окружающую среду. Отказались специалисты и от атомной энергетики, которая сегодня обеспечивает потребности человечества на 7%, – из-за её отходов и разных рисков.

Выводы. Использование альтернативных источников возобновляемой энергии достаточно интересное и перспективное направление развития мирового хозяйства. В настоящее время цивилизация далека от поставленной цели. Сегодня доля альтернативной энергетики составляет всего 15%, а без биомассы – и вовсе 5%. Международное энергетическое агентство предполагает, что если реализовать все проекты, подготовленные на данном этапе, то этот показатель вырастет лишь до 9–14% к 2035 году. Соответственно, стоит задача поиска новых подходов к решению этих проблем и к совершенствованию техники и технологий.

Список литературы:

1. Самые влиятельные компании мира, приверженные 100% возобновляемой энергии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://there100.org/> (дата обращения 04.04.2019).
2. Издание Национальной лаборатории возобновляемой энергетики (National Renewable Energy Laboratory) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altenergiya.ru/wp-content/uploads/books/common/Power%20Systems%20of%20the%20Future.pdf> (дата обращения 04.04.2019).
3. Курилов, Ю.М. Альтернативный источник энергии / Ю.М. Курилов Электрическое поле земли – источник энергии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ntpo.com/invention/invention2/48.shtml> (дата обращения 04.04.2019).
4. Мифы традиционной и солнечной энергетики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agroxxi.ru/stati/mify-tradicionoi-i-solnechnoi-yenergetiki.html>.

Жарикова Я. В., студентка

Костина Т.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

jarina99@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ — ОСНОВНОЙ ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Потенциально Россия может быть одной из ведущих стран по привлечению иностранных инвестиций (как прямых, так и портфельных). Её огромный внутренний рынок способствует этому, сравнительно квалифицированная и одновременно дешевая рабочая сила, значительный научно-технический потенциал, большие природные ресурсы и наличие инфраструктуры. Однако притоку в инвестиционную сферу иностранного и частного национального капитала препятствуют политическая нестабильность, несовершенство законодательства, неразвитость производственной и социальной инфраструктуры, недостаточное информационное обеспечение и другие факторы. Каждое предприятие, работающее в условиях рыночной экономики, не может существовать без четко разработанной стратегии.

Целью данного исследования является поиск конкуренции и путей преодоления проблем на рынке, а также обеспечение высоких темпов экономического развития при достаточной финансовой устойчивости. Инвестиционная деятельность есть важнейшей составной частью предпринимательской деятельности. Основной целью инвестиционной деятельности является обеспечение наиболее эффективных путей реализации инвестиционной стратегии предприятия этапах развития.

Постоянная изменчивость рыночной среды обусловила необходимость применения стратегического подхода к системе хозяйствования на предприятии. Термин «политика» выражает совокупность целей и задач стратегического и тактического характера, а также механизма их реализации в любой сфере деятельности. Инвестиционная политика предприятия – часть общей экономической стратегии, которая определяет выбор и способы реализации наиболее рациональных путей обновления и расширения его производственного и научно-технического потенциала. Стратегия — это комплексная генеральная программа действий, которая определяет приоритетные проблемы для предприятия, его главные цели, миссии и распределение для их достижения ресурсов. Она формулирует цели и способы их достижения так, чтобы указать предприятию определенное направление развития. По своему содержанию стратегия является долгосрочным плановым документом.

Результаты исследования. Первым, наиболее существенным и определяющим решением по стратегическому планированию является выбор целей. Реальность и эффективность стратегии предприятия будут обеспечены, если стратегические цели будут конкретными и измеримыми.

Следующим важным шагом является изучение внутренней среды. Анализ внутренней среды является важнейшим для инвесторов, особенно в случае приобретения предприятия. Он проводится в разрезе таких блоков, как продукция, производственный аппарат, система управления.

Еще одним важным шагом является изучение внешней среды. Анализ внешней среды – это непрерывный процесс наблюдения, изучения и контроля за действиями внешних факторов для того, чтобы своевременно и исчерпывающе определить возможности и угрозы для предприятия [3, с. 44].

Инвестиционная стратегия – это система долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей достижения.

Инвестиционная стратегия определяется как генеральный план действий в сфере инвестиционной деятельности предприятия, который учитывает приоритетные ее направления и формы, характер формирования инвестиционных ресурсов и последовательность этапов реализации долгосрочных инвестиционных целей, обеспечивающих предусмотренное общее развитие предприятия.

Разработка инвестиционной стратегии включает постановку целей инвестиционной деятельности, определение ее приоритетных направлений и форм, оптимизацию структуры инвестиционных ресурсов и их распределения, выработку инвестиционной политики с учетом наиболее важных аспектов инвестиционной деятельности, поддержание взаимоотношений с внешней инвестиционной средой.

Важнейшим условием является интенсивность изменения факторов внешней инвестиционной среды. Высокая динамика основных макроэкономических показателей, связанных с инвестиционной активностью предприятий, темпы технологического прогресса, колебания конъюнктуры инвестиционного рынка, непостоянство государственной инвестиционной политики и форм регулирования инвестиционной деятельности не позволяют эффективно управлять инвестициями предприятия на основе лишь ранее накопленного опыта и традиционных методов инвестиционного менеджмента.

В этих условиях отсутствие разработанной инвестиционной стратегии, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней инвестиционной среды, может привести к тому, что спорные инвестиционные решения отдельных структурных подразделений предприятия повлекут снижение эффективности инвестиционной деятельности в целом.

Выводы. Таким образом, в условиях рыночной экономики существуют различные возможности для инвестирования. Вместе с тем любое предприятие имеет ограниченные финансовые ресурсы, доступные для инвестирования. Поэтому нужно действовать, придерживаясь собственной инвестиционной стратегии в целом, а также учитывать позиции инвестиционной политики.

Список литературы:

1. Давыдова, Е.Ю. Международные инвестиции / Е.Ю. Давыдов // Территория науки. – 2014. – № 4. – С. 46-48.
2. Снарская, А.В. Классификация институциональных факторов инвестиционного процесса / А.В. Снарская // Успехи современной науки. – 2015. – №1. – С. 56-58.
3. Крылов, Э.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия / Э.Н. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егорова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 192 с.

Коршун Е.О., студентка
Козаченко Ж.Н., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
kotya.52010@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В КОМПАНИИ

В течение своего постепенного развития и роста каждая компания рано или поздно сталкивается с конфликтами. Это обусловлено, как правило, человеческим фактором. С каждым годом рост требований к организации работы только растет, это может вызывать негативное восприятие работников компании. Однако, люди, работающие в организации, различны между собой по характеру, настроению, поведению, что также дает благоприятную почву для возникновения конфликтных ситуаций.

Актуальность. Актуальностью данной темы является то, что так или иначе, но в каждой компании могут возникнуть конфликты разной тяжести, которые могут крайне негативно повлиять на деятельность и результативность компании и руководителю, как управленцу, важно понимать как в таких ситуациях действовать, чтобы предотвратить негативные последствия.

Анализ проблемы. Проблемами разрешения и управления конфликтов занимались такие исследователи и ученые как: Т. Гоббс, Ф. Аквинский, Ф. Тейлор, С.М. Емельянов, И. В. Березинец, Ю. Б. Ильина, Д. Н. Фахритдинова. На данный момент проблема эффективного управления конфликтами находится в активном изучении.

Цель исследования: выявить причины возникновения конфликтных ситуаций в организации, определить типичные способы поведения работников в конфликтных ситуациях (избегание, соперничество, сотрудничество, компромисс, приспособление), разработать рекомендации по профилактике конфликтных ситуаций в организации.

Основная часть. Для понимания сущности конфликта разберем его понятие. Конфликт – это отношения между субъектами, которые не могут прийти к общему согласию, а также стремятся нанести ущерб интересам, ценностям, целям и мотивам другой стороне, вследствие ограниченности ресурсов, выступающих для них (структурных элементов – индивидов и групп) в качестве важных и актуальных потребностей.

Для более углубленного анализа управления конфликтами, на предприятии ГП «Комтел» было проведено исследование, в котором приняли участие 35 человек, на тему выявления причин конфликтов. Результаты исследования представлены на рис. 1.

Причины возникновения конфликтов на предприятии ГП "Комтел"



Рис. 1. Причины возникновения конфликтов на предприятии ГП «Комтел»

Результаты исследования показали, что наиболее частое проявление конфликта занимают межличностные конфликты - около 40%. Данный конфликт происходит в основном между руководителем компании и подчиненными, на основе завышенных требований к работе в компании и излишней эмоциональной реакцией работников на данные требования. Другая по значимости причина возникновения конфликтов – это нарушение внутригрупповых норм поведения – около 29% отметили, что коллектив разделяется на мелкие группы, между которыми возникают разногласия. Отсутствие необходимой информации или как следствие нежелание делиться информацией отметили 20% опрошенных. И только 11%, на предприятии ГП «Комтел», занимают личностные конфликты. Причиной данных конфликтов выступают несовместимость по нормам поведения и характерам работников.

Проведя опрос о методах поведения в конфликтной ситуации большинство выбирают стратегию сотрудничества и компромисса. Данные стратегии весьма эффективны в разрешении конфликтных ситуаций и позволяет сторонам вместе найти решение проблемы, а также удовлетворить частичные потребности двух сторон. Благоприятным явлением выступает то, что только 4 человека из опрошенных выбирают стратегию избегания и соперничества. Данные стратегии не способствуют разрешению конфликтов в организации, а могут только усугубить ситуацию, что может негативно повлиять на деятельность компании. Из всех опрошенных, однако, никто не выбрал стратегию приспособления. Сотрудники считают, что нужно учитывать интересы двух конфликтующих сторон и не подавлять свои интересы.

Проведем сравнение двух предприятий ГП «Комтел» и ОАО «Ростелеком», данные две компании работают в одной сфере – предоставление телекоммуникационных услуг. На рис. 2. представлены данные по опросу работников ОАО «Ростелеком» на предмет частоты возникновения конфликтных ситуаций.

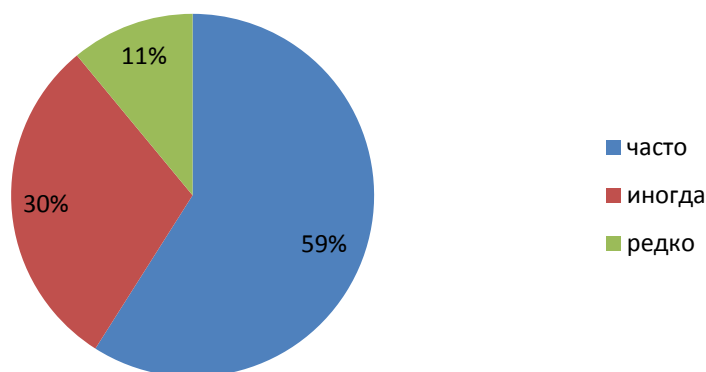


Рис. 2. Частота возникновения конфликтных ситуаций на предприятии ОАО «Ростелеком»

Результаты показывают, что большинство сотрудников, а именно 59%, считают, что конфликты на предприятии возникают довольно часто. Только 30% утверждают, что возникают иногда, и 11% редко сталкиваются с конфликтными ситуациями.

Самой частой причиной возникновения конфликтных ситуаций является столкновение мнений между работниками фирмы в процессе деятельности. В основном это происходит между техническими работниками на счет распределения рабочих и выходных дней. Второй по величине причиной являются межличностные конфликты

между руководителем и подчиненными. Сюда относятся частые опоздания, неуважительное отношение к руководству, задержка заработной платы.

ОАО «Ростелеком» прибегает к таким методам предотвращения конфликтных ситуаций как: увольнение сотрудников, отрицательно влияющих на персонал и разрушающих дисциплину; справедливая заработная плата сотрудникам, выполняющим хорошо свои обязанности; постановка общих целей между сотрудниками и постепенное их достижение.

Проанализировав ситуацию на предприятиях ГП «Комтел» и ОАО «Ростелеком», можно предложить управляющему персоналу такие рекомендации, направленные на подавление и недопущение возникновения конфликтов, а так же уменьшение их влияния на деятельность персонала и компании в целом.

1. Важно доносить до персонала формулировку того, что конфликты могут быть губительны для функционирования компании. Четко сформулированное требование к результату работы помогут избежать недопонимания персонала [1].

2. Обратит внимание на контроль эмоций персонала. Важно при подборе сотрудников выбирать неконфликтных людей, однако если этого не избежать, можно проводить тренинги по методам контроля своих эмоций. В большинстве случаев именно неспособность сдерживать эмоции способствуют разгоранию конфликтов в коллективе [2].

3. Обучение сотрудников решать конфликты самим на ранних стадиях методом обратной связи. Разъяснять причину сразу после возникновения недопонимания.

4. Использовать метод медиации, привлекать третью сторону к решению конфликта. Данная третья сторона должна задавать вопросы участникам конфликта (например: что ты готов сделать, чтобы конфликта больше не было?), чтобы вместе прийти к общему согласию.

5. Вовремя определять источник конфликта. Самыми часто встречаемыми причинами конфликтов являются расхождения в целях, интересе и ценностях. Нужно всегда брать во внимание то, что люди могут по-разному мыслить и формулировать одну и ту же проблему, и важно то, что обычно глубинной причиной конфликта являются не интересы, а потребности. Под потребностями понимается уважение к себе, чувство стабильности и безопасности. Под интересами сотрудников понимаются деньги, работа, отдых и тд.

Вывод. Анализируя данное исследование причин возникновения конфликтов и способы их разрешения на ГП «Комтел» можно сделать вывод, что причины конфликтов могут быть разнообразными: от несовместимости характеров сотрудников до не предоставления необходимой информации сотруднику. Самым важным в управлении конфликтами является готовность руководителя столкнуться с ними, а это, к сожалению, происходит в каждой компании. Поэтому грамотное разрешение и предотвращение конфликтов на предприятии будет способствовать росту эффективности предприятия в целом, так как моральное состояние работников напрямую с этим связано.

Список литературы:

1. Руководство по решению конфликтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=PD4VOxСруег> (дата обращения 10.04.2019).
2. Калмыкова, О. Ю. Повышение квалификации управленческого и исполнительского персонала с целью развития конфликтологической компетентности / О.Ю. Калмыкова // Вестник Самарского государственного технического университета. Сер. «Экономические науки». – 2014. – № (3) 13.

3. Калмыкова, О.Ю. Управление конфликтами в организации на основе развития мотивационного потенциала работников: монография / О.Ю. Калмыкова, А.В. Гагаринский. – Самара: СамГТУ, 2015.

4. Официальный сайт ОАО «Ростелеком» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rostelecom.ru/> (дата обращения 13.04.2019).

Лесняк О.В., студентка

Козаченко Ж.Н., старший преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

w.melamori@gmail.com

«ТРЕТЬЯ ВОЛНА» КРИЗИСА И ЦИКЛЫ КОНДРАТЬЕВА

Актуальность. Глобальная экономика сталкивается с рядом сложных проблем, обусловленных технологическими изменениями и глобализацией, а также сохраняющимися последствиями финансового кризиса 2008-2009 годов. В то же время мы являемся свидетелями снижения уровня доверия к основным финансовым институтам, которые помогли обеспечить огромный рост и процветание за последние 40 лет. Эти события угрожают раздроблением международного порядка на мировой арене, который управлял мировой экономикой. Мировая экономика находится в глубокой рецессии.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемами тенденции развития нового финансового кризиса в 2020 году посвящены работы таких ученых, как: Eckhardt G. M., D. Merkel, D. Zetland, Ed Dolan, Livio Di Matteo, Ken Houghton, Wolf Richter, Heidi Hartmann. Однако на данный момент эта проблема в активном изучении.

Цель исследования – выявление и проведение анализа предпосылок к новому финансовому кризису в 2020 году.

Результаты исследования. В последнее время от известных аналитических агентств поступает множество сообщений с прогнозами относительно того, когда наступит следующий кризис и что его спровоцирует. Бывший премьер-министр Гордон Браун заявил ВВС: «Мир не готов к очередному финансовому кризису». 15 октября 2018 года исполнилось 10 лет со дня краха Lehman Brothers, четвертого по величине инвестиционного банка США. Это был решающий момент, который толкнул экономику США в Великую рецессию и худший экономический кризис с 1930-х годов. Многие экономисты мира при анализе кризиса 2008 года опирались на теорию Н.Кондратьева.

Сегодня только шесть банков управляют половиной активов всей банковской отрасли. В настоящее время 10 банков, включая J. P. Morgan, Goldman Sachs и Citigroup, владеют более чем 50 процентами активов 100 крупнейших коммерческих банков. Среди них, J. P. Morgan вырос на 100 процентов с момента до финансового кризиса, а активы Bank of America увеличились более чем на 50 процентов за последние 10 лет [1].

Хотя рост этих банков произошел, несмотря на более строгие правила, принятые как Конгрессом, так и Федеральным резервом, благодаря им они стали более здоровыми и финансово платежеспособными. Повышенные требования к капиталу стимулировали банки к привлечению большего капитала, а проведение стресс-тестов банков позволило финансовым учреждениям лучше контролировать и управлять своей

ликвидностью и подверженностью риску. Но чем они больше, тем тяжелее они будут падать.

Именно программа дерегулирования до 2008 года, включая устранение барьеров между инвестиционным и коммерческим банковским бизнесом, привела к развитию сложных финансовых инструментов, таких как дефолтные свопы и рынки производных финансовых инструментов. Это способствовало принятию банками и ипотечными кредиторами чрезмерных рисков. Сокращая эти меры и демонтируя части закона Додда-Франка, правление Трампа удаляет сеть безопасности и создает идеальный «шторм», который может привести к еще более масштабному кризису, чем в 2008 году.

Основным признаком надвигающегося глобального кризиса является неоднозначная экономическая политика Трампа. Последние показатели ИПЦ в годовом исчислении показывают общую инфляцию около 3%, что является самым высоким уровнем за последние шесть лет. Эскалация торговых тарифов, введенная администрацией Трампа, работает на удушение предложения и ухудшение конкуренции. Независимая федеральная резервная система лежит в основе разумной денежно-кредитной политики и ее цели поддержания ценовой стабильности. ФРС США уже дважды в этом году повышала ставку по федеральным фондам в общей сложности на 50 базисных пунктов [2]. Если ФРС согласится с чрезмерным давлением политики Трампа, чтобы держать процентные ставки низкими, как это было во время администрации Никсона, дни стагфляции вернуться с удвоенной силой.

Когда центральные банки устанавливают процентные ставки и держат их на низком уровне, чтобы создать экономический бум после рецессии (как это делает ФРС), они мешают органическому функционированию экономики и финансовых рынков, что имеет серьезные последствия, включая создание искажений и дисбалансов.

Mr Brown обеспокоен развязанной торговой войной между Америкой и Китаем. «Больше всего беспокоит то, что у нас не будет международного сотрудничества, необходимого для выхода из мирового кризиса. Разрыв в международном сотрудничестве означает, что страны не смогут действовать согласованным образом для устранения будущих угроз, которых много», – заявляет он в своем интервью.

Предприятия или другие инвестиционные проекты, которые делаются из-за искусственных кредитных условий, известны как «malinvestments» и обычно терпят неудачу, как только процентные ставки снова поднимаются до нормального уровня. Массовый отказ от malinvestments в экономике при повышении процентных ставок обычно приводит к рецессии или банковскому/финансовому кризису.

Шейла Бэр, возглавлявшая FDIC в худшие дни финансового кризиса 2008 года, недавно обсуждала текущие опасности для финансовой системы в длительном интервью Barron's. Бэр предупреждала о грядущем обвале низкокачественных ипотечных кредитов, который стал главным предвестником кризиса 2008 года. «Воспоминания и уроки того, что привело к кризису, полностью игнорируются на данный момент», - сказала она Barron's [2]. Также Бэр обратила внимание на китайский долг, биткойны и кибер-риск. Четыре большие сферы, вызывающие озабоченность у крупнейших аналитиков по всему миру:

- снижение требований к банковскому капиталу. Американский фондовый рынок увидел новые высоты в индексах Dow Jones Industrial Average, S&P 500 и NASDAQ;

- растущий частный долг. Ситуация с долгами по кредитным картам, в которой американские потребители списали более \$1,03 трлн. по своей линии возобновляемого кредита. Автокредиты сейчас составляют более \$ 1 трлн., и американские потребители попали в глубокий долг по автомобилям, которые они больше не могут себе позволить;

- растущий дефицит федерального бюджета;

– огромный долг по студенческим кредитам. Студенческие кредиты превысили \$ 1 трлн., и, похоже, останавливаться эта сумма не собирается [3].

По сферам видно, что новый кризис идет вразрез прошлому, в котором одним из «лопнувших пузырей» был рынок недвижимости. Сегодня «самым большим пузырем» является государственный долг, кризис, с которым столкнется мир, - это не массовые потери финансового рынка и заражение реальной экономики, а медленное падение цен на активы, как мы видим, и глобальная стагнация.

По мнению автора, наибольшая опасность в том, что банковские учреждения не опасаются возвращения кризиса и не предпринимают никаких мер по прогнозированию и предотвращению будущих кризисов и эффективного реагирования на следующую рецессию. Возможно, наиболее важной мерой является необходимость пересмотра процедур банкротства правительствами и международными форумами. Кроме того, несмотря на большие усилия, следует должным образом улучшить мировую правовую способность вести упорядоченную работу с банками, которые более не жизнеспособны, но все еще «слишком велики, чтобы потерпеть неудачу». Процедуры реструктуризации суверенного долга также являются неадекватными. Необходимо принять меры, чтобы ограничить вероятность беспорядков на рынках в следующем спаде.

Так как сейчас происходит следующий этап промышленной революции, и мы переходим к Industry 4.0, не стоит игнорировать цифровые трансформации в банковском секторе. В частности, ученые становятся все более громкими в своей критике традиционных экономистов за то, что они не смогли предсказать кризис в 2008 году и нынешнюю глобальную перегрузку долга. На встрече в Лондоне в марте, три ведущих финансовых ученых выступили за фундаментальные реформы, чтобы заложить основы того, что Филип Трэливен, директор финансового вычислительного центра университетского колледжа Лондона, называет «новой экономикой, основанной на вычислениях и науке» [1].

Ключом к научному пониманию глобальной экономики является улучшение доступа к огромным объемам финансовых данных и их анализа. Эти данные должны быть рассмотрены с помощью новых моделей, основанных на вычислительных методах, таких как интеллектуальный анализ данных, нелинейная динамика, анализ на основе моделирования, статистическая физика и машинное обучение.

В отсутствие глобальных действий, Treleaven говорит, что Великобритания может подать пример остальному миру, если построит масштабную компьютерную модель глобальной финансовой системы.

Выводы. Следующий кризис, как и кризис 2007-2008 годов, будет объясняться симптомом (в этом случае Lehman), а не реальной причиной (агрессивная денежно-кредитная политика, стимулирующая принятие риска и наказывающая осторожность). Однако следующий кризис приведет к тому, что центральные банки окажутся практически без реальных инструментов для маскировки структурных проблем ликвидностью, и в мире, где большинство экономик испытывают дефицит бюджета уже десятый год подряд, а глобальный долг находится на рекордно высоком уровне, не останется никакого финансового пространства.

Список литературы:

1. 4 Early Warning Signs Of The Next Financial Crisis. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investopedia.com/investing/early-warning-signs-next-financial-crisis/> (дата обращения 30.03.2019).

2. How Interest Rate Hikes Will Trigger The Next Financial Crisis. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/jessecolombo/2018/09/27/how->

interest-rate-hikes-will-trigger-the-next-financial-crisis/#49bddaea6717 (дата обращения 30.03.2019).

3. How and when will the next financial crisis happen? - 26 experts weigh in. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.focus-economics.com/blog/the-next-financial-crisis-how-when-it-will-happen-according-to-26-experts> (дата обращения 30.03.2019).

Лозовая В.А., студентка
Козаченко Ж. Н., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Valentina97loz@gmail.com

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПОДХОДЫ К УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ

Актуальность. На современном этапе развитие экономических отношений переплетено с процессом глобализации, которых невозможно избежать. Он охватил многие сферы деятельности хозяйствующих субъектов, такие как экономическую, социальную, финансовую и другие. Поэтому особо актуальными становятся проблемы нестабильности, ужесточения конкурентной борьбы, что в немаловажной степени влияет не только на взаимосвязи предприятия с внешней средой, но и отражается на внутренней среде и факторах его развития. Поэтому использование традиционных экономических показателей и методов управления оказывается недостаточно эффективным для стабильного развития концепций и требует использования новых концепций управления.

В связи с этим были разработаны связи теоретических и практических подходов к обеспечению устойчивости социально-экономических систем. С помощью данных связей будет возможно создать механизм устойчивого развития компании [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями в данной теме занимались такие ученые-экономисты, как А.Н. Пухальский, К.П. Корсунь, О.В. Черданцева. Они в своей работе «Формирование механизма устойчивого развития предприятия» представили собственную разработанную методику формирования механизма устойчивого развития компании. Данный процесс включает в себя определения проблем у компании, а также их решение и проверку использованных решений и подбор дополнительных инструментов для решения [2].

Цель исследования. Дать рекомендации по созданию и осуществлению механизма устойчивого развития на примере ПАО «Абрау-Дюрсо».

Для того, чтобы разработать экономический механизм устойчивого развития компании ПАО «Абрау-Дюрсо», определим основные проблемы, существующие в компании на основании проведенного комплексного анализа факторов (комплексный финансово-экономический анализ, анализ на основе пятифакторной модели Портера, SWOT-анализ, PEST-анализ):

- уменьшение дохода от участия в других организациях;
- снижение значения чистой прибыли в 2018г., по сравнению с 2017г.;
- снижение рентабельности продаж;
- в компании наблюдается увеличение количества запасов;
- компания испытывает нехватку собственных средств для финансирования оборотных активов;

- увеличение внеоборотных активов;
- дебиторская задолженность снижена, но остается на высоком уровне.

Одним из основных мероприятий, способствующих повышению экономической устойчивости ПАО «Абрау-Дюрсо» является уменьшение доли внеоборотных активов. Внеоборотные активы в компании являются менее ликвидными, чем дебиторская задолженность, финансовые вложения, денежные средства. Если удастся их перевести в более ликвидные активы, это повысит общую ликвидность баланса компании и приведет к тому, что быстро реализуемые активы превысят сумму краткосрочных обязательств.

Аренда дополнительных складских помещений для готовой продукции, покупка нового оборудования, увеличение объемов производства тоже говорят об увеличении внеоборотных активов.

Рентабельность продаж может снижаться по множеству причин:

- изменение ассортиментной политики;
- изменение ценовой политики;
- изменение норм затрат и др.

В нашем случае рентабельность продаж на ПАО «Абрау-Дюрсо» снижается на фоне роста себестоимости продукции при недостаточном росте объема продукции, что является неблагоприятной тенденцией. Возможными причинами этого могут быть:

- увеличались нормы затрат;
- инфляционный рост затрат опережает рост выручки.

В ПАО «Абрау-Дюрсо» рентабельность продаж снизилась за счет увеличения норм затрат, поэтому необходимо разработать мероприятия, способствующие снижению норм затрат и увеличению объема продукции.

На основании вышеизложенного определим следующие мероприятия, способную повысить экономическое устойчивое развитие ПАО «Абрау-Дюрсо»:

- уменьшение запасов в компании;
- увеличение объемов продаж компании.

Данные мероприятия дополняют друг друга и предполагают создания одного плана для реализации механизма устойчивого развития компании. В данном случае у ПАО «Абрау-Дюрсо» увеличались запасы готовой продукции за счет увеличения складских площадей. Рост готовой продукции говорит о неэффективной маркетинговой стратегии компании. Хотя условия хранения в складах позволят хранить долгое время продукцию, но при отсутствии в долгосрочном времени реализации, остаточный срок годности будет низким и возможность реализации в крупных партиях будет низка.

Для ПАО «Абрау-Дюрсо» необходимо внедрить политику управления запасами, которая включает в себя:

- проведение маркетинговых исследований;
- разработку мероприятий по снижению запасов и увеличению продаж на основании проведенных исследований.

Для решения данных проблем, отделу маркетинга и сбыта необходимо:

- определить характер и размер сбыта;
- при увеличении доли конкурентов на рынке, разработать рекламную кампанию для увеличения доли продаж;

• принять участие в международной выставке и/или ярмарке для получения новых наград, которые повлекут за собой не только увеличение продаж на территории Российской Федерации, но и открытие новых каналов для продажи продукции за рубежом;

- проводить инвентаризацию накопленной продукции;

- провести оценку сезонности по реализации продукции.

На основании данных маркетинговых процедур, отдел сбыта может выявить основные тенденции будущих продаж. Так как у ПАО «Абрао-Дюрсо» есть диллерская сеть и Центр винного туризма, которые приносят основную часть прибыли, и которые играют роль маркетингового продвижения продукции, необходимо создать новый план производства, в котором целесообразно сократить объем производства и производить столько, сколько требует рынок. В таком случае продукция, которую не могут своевременно произвести, сократится. Так же план производства, на основании выявленной потребности, приведет к жесткому контролю по закупке сырья и материалов.

Выводы. На основании проведенного исследования можно сказать, что сокращение запасов у ПАО «Абрао-Дюрсо» позволят компании сократить лишние затраты на содержание продукции и его производство, а так же достичь устойчивого развития.

Список литературы:

1. Агафонова, М. С. Механизм устойчивого развития экономики предприятия и его стабилизация / М. С. Агафонова, Е. С. Турищева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 416–420.
2. Пухальский, А. Н. Формирование механизма устойчивого развития предприятия / А.Н. Пухальский, К.П. Корсунь, О.В. Черданцева // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2012. – Том 12, выпуск 1. – С.26-39.

Ляшенко К.И., студентка

Шпандарук В.А., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

kar_ly@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМЫ

Актуальность. Сегодня во всем мире конкурентоспособность фирм определяют обеспеченностью квалифицированной рабочей силой, степенью мотивации персонала, позволяющим достичь высокого уровня конкурентоспособности работников и эффективнее использовать их трудовой потенциал [3].

Поскольку главным ресурсом фирмы и фактором конкурентоспособности является персонал, его интеллектуальный и творческий потенциал, то целесообразно изучать эмоциональный интеллект и его компоненты, как отдельного индивидуума, так и фирмы в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Эмоциональный интеллект исследовали преимущественно зарубежные ученые, в частности: Т. Ахенбах, Р. Бар-Он, Д. Гоулман, Д. Карузо, Дж. Майер, Д. Макклелланд, П. Саловой, Д. Фэйдьюл. Среди отечественных исследователей эмоционального интеллекта можно выделить следующих: И.Н. Андреева, Г.Г. Гарскова, Ю.В. Давыдова, Д.В. Люсин, Р.В. Кишиков, О.В. Яглова.

Цель исследования - выявить сущность и составляющие эмоционального интеллекта и предложить программу управления персоналом, базирующуюся на

компонентах эмоционального интеллекта, которая существенно может помочь повысить конкурентоспособность фирмы.

Результаты исследования. Эмоциональный интеллект - понятие, вызывающее споры. Одни называют его недостаточно научным, другие видят в эмоциональном интеллекте ключ к успеху во всех сферах жизни: от повышения зарплаты до счастливых отношений [4].

Под эмоциональным интеллектом понимают набор навыков, который позволяет распознавать эмоции и чувства как свои, так и чужие, а также управлять ими. Эмоциональный интеллект — наиболее важный фактор для достижения успеха и полноценной жизни [2].

К компонентам эмоционального интеллекта относят: самосознание и самоконтроль, эмпатию, социальность, личное влияние, цели и видение [1].

Люди испытывают огромную потребность в контактах, эмпатии и открытом общении. И сейчас как никогда ранее ценятся такие таланты, как умение справляться с эмоциями, способность улаживать конфликты, работать в составе группы и вести за собой.

Конкретная техническая квалификация в настоящее время менее важна, чем способность учиться на рабочем месте. Из всех желательных качеств потенциальных работников лишь одно оказалось связанным с образованием: умение читать, писать и считать. Соответственно, можно сделать вывод, что в нынешнее время одной профессиональной квалификации уже недостаточно. Эмоциональный интеллект в большей степени, чем коэффициент умственного развития, определяет кто выделяется на рабочем месте, независимо от профессии. Фирмы, которые осознали и используют данное преимущество как средство достижения своих целей на несколько шагов впереди своих конкурентов. И всем знакомо суждение о том, что привычная способность к обучению, школьные оценки и дипломы с отличием, в сущности, не гарантируют, насколько хорошо человек будет выполнять свою работу и преуспеет в жизни. Это подтверждается и практикой, и множеством примеров из жизни.

На основании изучения сущности, компонентов, особенностей формирования и факторов развития эмоционального интеллекта предлагается следующая программа в механизме управления персоналом, базирующаяся на концепции эмоционального интеллекта (таблица 1).

Таблица 1

Рекомендуемая программа управления персоналом фирмы, базирующаяся на концепции эмоционального интеллекта

Составляющие	Предупреждение	Рекомендации
1	2	3
Анализ индивидуума (профиль достоинств и недостатков данного человека, чтобы определить, что именно требуется улучшить)	Нет смысла посылать людей на обучение тем компетенциям, которые либо у них уже развиты, либо им вообще не нужны	Обучение, приспособленное к потребностям индивидуума
Корректные высказывания (обратная связь, касающаяся сильных и слабых сторон человека, всегда несет в себе эмоциональный заряд)	Некомпетентная обратная связь может расстроить, а компетентная - формирует мотивацию	Использовать собственный эмоциональный интеллект при оценках эмоциональной компетентности

Секция «Международный бизнес»

Продолжение табл. 1

1	2	3
Проверка готовности	Если люди не готовы к новой информации, то обучение будет неэффективно	Если кто-то не «созрел», нужно сфокусироваться на процессе «воспитания» готовности
Мотивация	Если у персонала отсутствует мотивация, обучение не принесет результатов	Четко объяснить человеку, каким образом обучение оправдает себя в процессе дальнейшей работы в виде каких-то преимуществ
Самонаправляемость (люди выбирают учебные программы, приспособливая их к своим нуждам и обстоятельствам, процесс обучения становится более эффективным)	Программы обучения, составленные по принципу одинаковой продолжительности и формата «подходящего всем», не подходят никому конкретно	Мотивируйте людей выбрать для себя цели развития и помогите составить собственный план их достижения
Фокусировка на достижимые цели (иметь четкое представление о конкретной компетенции и шагах, необходимых для ее развития)	Плохо сфокусированные или нереалистичные программы ведут к неопределенным результатам или провалу	Обстоятельно объясните все, что касается конкретной компетенции, предложите наиболее осуществимый план достижения успеха
Не допускать возврата к старому	Людей могут приводить в уныние медленный темп изменений и инертность старых привычек	Помогайте использовать промахи и затруднения в качестве уроков
Обратная связь	Неопределенная обратная связь может увести участников обучения с правильного пути	Включайте в план изменений обратный поток информации от всех, кто может помочь научить, нацелить или предоставить нужные отзывы о достигнутых успехах
Поощрение усвоенного материала на практике	Единственный семинар – это лишь начало, но одного такого мероприятия недостаточно	Используйте возникающие возможности практиковаться на работе и дома
Воодушевление	Если на фирме нет реальной поддержки со стороны руководства, все усилия, направленные на перемены - окажутся неэффективными	Цените компетенции и перемены, создавайте нормальные условия для экспериментов

Окончание табл. 1

1	2	3
Закрепление перемен	Отсутствие закрепления обескураживает	Руководство фирмы должно давать понять сотрудникам, что ценит произошедшие в них перемены: похвалой, повышением по службе, расширением обязанностей
Оценка	Многие курсы не имеют критериев оценивания	Проводите аттестации, применяйте количественные показатели

Выводы. Таким образом, применяя программу управления персоналом, базирующуюся на концепции эмоционального интеллекта, фирма не только заботится о сотрудниках, несет корпоративную социальную ответственность перед персоналом и стимулирует развитие отдельных индивидов, но и повышает конкурентоспособность. Перспективами дальнейших исследований будет разработка предложений по совершенствованию элементов кадровой политики фирмы.

Список литературы:

1. Бобкова, Н.Г. Эмоциональный интеллект как ключевая компетенция современного менеджера [Электронный ресурс] / Н.Г. Бобкова. – о Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnyy-intellekt-kak-klyuchevaya-kompetentsiya-sovremennogo-menedzhera> (дата обращения 31.03.2019).
2. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ / Д. Гоулман [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://libking.ru/books/sci-/sci-psychology/346001-136-deniel-goulman-emotsionalnyy-intellekt.html#book> (дата обращения 31.03.2019).
3. Воронкова, В.Г. Управление человеческими ресурсами: философские основы: учебное пособие / В.Г. Воронкова. – К.: Професионал, 2006. – 576 с.
4. Исаченко, А. Что такое эмоциональный интеллект и почему он так важен / А. Исаченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/features-40716336> (дата обращения 31.03.2019).

Миненкова А.Ю., студентка
Козаченко Ж.Н., старший преподаватель
 ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
angelina.minenkova1@gmail.com

ЗЕЛЕННЫЕ ФИНАНСЫ КАК СРЕДСТВО ДЛЯ РЕШЕНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Актуальность темы исследования. Актуальность темы исследования связана с общими тенденциями и проблемами мировой экономики, в частности, ее финансовой системы в контексте обеспечения глобального устойчивого развития. На фоне

стремительного увеличения населения земного шара и роста мирового ВВП происходит катастрофическое истощение природного капитала. Все это по прогнозам ООН может привести к переформатированию мировой экономики с учетом глубоких социальных, экономических и экологических изменений. А значит избежать таких негативных последствий возможно только при условии обеспечения глобального устойчивого развития и перехода к зеленой экономике. Именно финансовый сектор способен в этих условиях обеспечить эти качественные изменения.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. «Зеленая» тематика объединяет широкий круг научных работ. Среди них следует отметить труды Т. Мальтуса, Д. Рикардо, Р. Солоу, В.В. Леонтьева. Среди современных исследований в области «зеленых» финансов и экономики можно выделить работы зарубежных ученых П. Кругмана, М. Маззукато и К. Перес, К. Беренсман и Н. Линденберг, а также работы отечественных экспертов Э.М. Зомоновой, Б.Н. Порфирьева, Б.Б. Рубцова.

Целью данного исследования является изучение методологических аспектов формирования «зеленых» финансов, анализ мирового рынка «зеленого» финансирования и выделение мер, необходимых для «озеленения» финансовой системы.

Результаты исследования. Загрязнение окружающей среды, истощение природных ресурсов и эффекты изменения климата накладывают ощутимые экономические стрессы и несут значительные финансовые затраты. В результате антропогенного давления на мировую ресурсную систему, природный капитал сократился в 116 из 140 стран, в том числе произошло ухудшение природных ресурсов, таких как пресная вода и пахотные земли. Примерно четыре миллиона человек умирают каждый год преждевременно из-за воздействия загрязнения воздуха, и стихийные бедствия вытесняют десятки миллионов людей ежегодно. Финансирование экологически устойчивого роста требует значительных объемов инвестиций.

Прежде всего, речь идет о «зеленом» финансировании глобальных проектов. Однако, до сих пор не сложилось общепризнанного определения понятия «зеленые» финансы. Этот термин описывает широкий спектр финансовых услуг, предназначенных для поддержки экономической деятельности, которая направлена на улучшение окружающей среды, смягчение последствий изменения глобального климата и более эффективного использования ресурсов. Более узкое определение «зеленых» финансов относится к экологически ориентированным финансовым продуктам или услугам, таким как кредиты, кредитные карты, страховки или зеленые облигации. Другие термины, которые используются для описания зеленого финансирования, включают в себя «экологически ответственные инвестиции» и «изменения инвестиционного климата». Целесообразно понимать под «зелеными» финансами совокупность финансовых продуктов и услуг (в виде инвестиций или кредитования), которые учитывают воздействие на окружающую среду и повышают экологическую устойчивость, обеспечивая при этом деятельность по снижению экологических и климатических рисков глобального экономического развития.

Усиление зеленого финансирования может способствовать росту высокого потенциала «зеленых» отраслей промышленности, содействовать технологическим инновациям и создать возможности для бизнеса в финансовой индустрии. Для примера, возобновляемые источники энергии составляют примерно 62,5% от стоимости чистых дополнений к глобальной мощности в 2015 году, а размер рынка электромобилей был расширен на 69% в 2018 году по сравнению с 2017 годом [3].

«Зеленые» финансы лежат в основе концепции низкоуглеродного («зеленого») экономического роста в силу того, что они связывают финансовые институты, действия по охране окружающей среды и экономический рост: «зеленые финансы» являются тем

звеном, которое позволяет реально осуществить переход к «зеленой» экономике. Все «зеленые» проекты требуют серьезного финансирования, в то время как в большинстве случаев «зеленые» бизнес-модели и проекты являются высокорисковыми и нетрадиционными. Соответственно, традиционные методы финансирования могут оказаться коммерчески непривлекательными или неприменимыми.

«Зеленые финансы» охватывают множество секторов и продуктов. Всех их можно объединить в три направления:

- 1) финансирование инфраструктуры;
- 2) финансовая помощь отраслям и компаниям;
- 3) финансовые рынки.

Недостаточно высокая доходность при повышенных рисках может оттолкнуть частных инвесторов от инвестиций в экологические проекты. И здесь необходима поддержка государства путем предоставления льготных кредитов или гарантий частным банкам, что должно в конечном счете привести к притоку частных инвестиций в данные проекты.

Среди особенностей «зеленого» финансирования следует выделить повышенный уровень начальных капиталовложений. По оценке Green Transition Scoreboard 2018, за период 2007–2018 гг. в экологически чистые отрасли по всему миру было вложено 9,3 трлн. долл. США частных инвестиций (табл. 1) [5].

Таблица 1

Объем «зеленого» финансирования в мире по секторам в 2007-2018 гг.,
млрд. долл. США

Сектор	Объем финансирования, млрд. долл. США
Возобновляемые источники энергии	\$ 3.864.203.673.121
Эффективность энергетики	\$ 2.038.487.667.163
Системы жизнеобеспечения	\$ 1.891.555.846.366
«Зеленое» строительство	\$ 1.072.360.379.757
Корпоративные «зеленые» НИОКР	\$ 5.052.747.420.00
Общая сумма	\$ 9.371.882.308.407

Для эффективного «озеленения» финансовой системы необходимо выделить основные меры, требующиеся для осуществления данного процесса:

1. Развитие и поддержка специализированных институциональных инвесторов. Объектами реформирования выступают «зеленые» банки развития, фонды и эволюционные институты. Примером может служить «Зеленый» инвестиционный банк Великобритании, а также практика доходных компаний (YieldCos), инвестиционные трасты недвижимости (ИТН, Real estate investment trusts) и управляющие товарищества с ограниченной ответственностью (УТОО, Master Limited Partnerships) – в США, рыночная ниша которых составляет более 1 трлн. долл. [6].

2. Развитие и укрепление «зеленой» финансовой инфраструктуры, которое заключается в развитии низкоуглеродной экономики, системе рейтингования, «зеленых» фондовых индексах, некоммерческих базах данных и системе анализа затрат, глобальной сети институциональных инвесторов. Примером выступает система торговли квотами на выбросы ЕС (EU-ETS) и Чикагская климатическая биржа.

3. Меры монетарной и фискальной политики в области «зеленых» финансов. Объекты реформирования – льготные «зеленые» кредиты; облигации (универсальные руководящие принципы, стимулирование); механизмы IPO. Примерами могут служить Канада и Австралия, в которых предоставляются льготные автокредиты на модели с низким уровнем загрязнения. А также инновации Бразилии, Китая, Монголии, Египта,

Индонезии и принципы работы с «зелеными» бондами Международной ассоциации рынков капитала (International Capital Market Association).

4. Развитие «зеленой» правовой инфраструктуры, которое включает в себя страхование, ответственность кредиторов, обязательное требование о раскрытии экоинформации. Примером служат директивы ЕС об экологической ответственности 2004 г., международные принципы ООН об ответственных инвестициях [2]. Инновации Бразилии, Китая, Монголии, Египта, Индонезии [4].

Выводы. В мировом сообществе усиливается осознание того, что в условиях растущих климатических, экологических и социальных вызовов и рисков требования надежности и стабильности функционирования глобальной и национальных финансовых систем в долгосрочной перспективе могут быть обеспечены только при условии гармонизации этих требований с целями устойчивого развития. В условиях ухудшения качества природного, производственного и человеческого капиталов, составляющих материальную базу финансового капитала, и углубления разрыва между ними существенно возрастут риски новых финансовых пузырей, масштабных и глубоких кризисов. Поэтому необходимо разработать новую архитектуру будущей финансовой системы с учетом современных глобальных вызовов обеспечения устойчивого развития мировой экономики.

Список литературы:

1. «Зеленые финансы» в мире и России: монография / Б.Б. Рубцов, И.А. Гусева, А.И. Ильинский, И.В. Лукашенко, С.А. Панова, А.Ф. Садретдинова, С.М. Алыкова; под. ред. Б.Б. Рубцова. – М.: Русайнс, 2016. – 170 с.

2. Directive 2004/35/ce of the European parliament and of the council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004L0035&from=EN> (дата обращения 02.04.2019).

3. G20 Leaders' Communique [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2016/09/05-g20-leaders-communique/> (дата обращения 02.04.2019).

4. Green Finance for Developing Countries: Needs, Concerns and Innovations, 2016 Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://unepinquiry.org/wp-content/uploads/2016/08/Green_Finance_for_Developing_Countries.pdf (дата обращения 02.04.2019).

5. Green Transition Scoreboard 2018 Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ethicalmarkets.com/2018-green-transition-scoreboard-media-release/> (дата обращения 02.04.2019).

6. Mapping Channels to Mobilise Institutional Investment in Sustainable Energy, 2015 Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.practitioners-dialogue.de/files/assets/Klimainvestitionen/Downloads/External%20Publications/OECD%20\(2015\)%20Mapping%20Channels%20to%20Mobilize%20Institutional%20Investment%20in%20Sustainable%20Energy.pdf](http://www.practitioners-dialogue.de/files/assets/Klimainvestitionen/Downloads/External%20Publications/OECD%20(2015)%20Mapping%20Channels%20to%20Mobilize%20Institutional%20Investment%20in%20Sustainable%20Energy.pdf) (дата обращения 02.04.2019).

7. Renewables 2016. Global Status Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2016/06/GSR_2016_Full_Report.pdf (дата обращения 02.04.2019).

Мирошник Е.Ю., студентка
Воробьева Ю.С., ассистент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

**ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ «BIG OIL»
(НА ПРИМЕРЕ ROYAL DUTCH SHELL)**

Актуальность. В настоящее время мир находится на грани глобальной экологической катастрофы, связанной с влиянием антропогенного фактора. Особое внимание общественности приковано к так называемым корпорациям «big oil», которые работают в нефтегазовой отрасли, осуществляют добычу невозобновляемых источников энергии, обеспечивают значительные объемы выбросов CO₂ в атмосферу и, тем самым, могут стать причиной недостижения основных целей, установленных Парижским соглашением по климату (2015 г.).

Цель работы заключается в установлении соответствия деятельности корпораций «big oil» принципам социально ответственного бизнеса: прозрачности, подотчетности и этичного поведения.

Результаты исследования. Компания Shell является одним из мировых лидеров по добыче невозобновляемых природных ископаемых, поставщиком и генератором выбросов CO₂, который является основной причиной глобального потепления. Согласно интегрированной концепции КСО компания должна сосредоточить максимальное количество усилий и ресурсов для достижения положительного эффекта в этом направлении.

В начале 2019 года Shell установлена цель по достижению показателя чистого углеродного следа до 2021 г.: снижение показателя на 2-3% в сравнении с уровнем 2016 г., который составил 79 граммов углекислого газа (CO₂) на мегаджоуль [3]. Данные таблицы показывают, что данный показатель остается неизменным на протяжении 3-х лет несмотря на присоединение компании к Парижскому соглашению по климату.

Таблица 1

Динамика показателя чистого углеродного следа Shell [3]

Показатель	2016	2017	2018
Чистый углеродный след, гCO ₂ /МДж	79	79	79

К 2050 году цель компании состоит в выравнивании чистого углеродного следа в глобальной энергетической системе, сократив выбросы CO₂ до 50% показателя 2016 г. В качестве промежуточного шага к 2035 году, и основываясь на социальном прогрессе, компания декларирует планы по сокращению около 20% выбросов CO₂ по сравнению с уровнем 2016 года [3]. Для достижения поставленных целей компании необходимо развивать инновационное направление альтернативной энергетики быстрее, чем обществу в целом. Это связано с уровнем отправной точки компании, которая выше, чем у общества, потому что в портфолио компании другой энергетический микс по сравнению с общей энергетической системой. Отсутствует гидроэнергия, энергия ветра, солнечная энергия и т.д.

Shell инвестирует в разработку и внедрение проекта по улавливанию и хранению углерода (далее – CCS), в котором используется сочетание технологий захвата и хранения диоксида углерода (CO₂) глубоко под землей. Компания также работает с партнерами, чтобы найти новые способы использования CO₂ после его улавливания.

Основные этапы технологии: 1) захват. Улавливание CO₂ и отделение CO₂ от газа, прежде чем он испущен, с помощью использования химического растворителя. Этот захваченный CO₂ отделяется от растворителя и сжимается в жидкую форму для транспортировки; 2) транспортировка. CO₂, как правило, закачивается через трубопровод, с промышленной площадки, где он был произведен, на место хранения, которое может быть на суше или на море; 3) хранение. CO₂ вводится глубоко под землю через микроскопические пространства в пористых породах, под которыми находится слой непроницаемого камня, обеспечивающего сохранность CO₂ там; 4) измерение, мониторинг и проверка. Мониторинг мест хранения происходит внутри резервуара для хранения, а также в нагнетательной скважине, где датчики могут обнаружить небольшие изменения давления или уровня CO₂.

Вторым реализуемым проектом являются природоохранные проекты, которые предусматривают защиту или восстановление природных экосистем, таких, как леса и водно-болотные угодья, позволяющие этим экосистемам захватывать и хранить больше углерода. Также Shell является одним из крупнейших производителей и дистрибьюторов биотоплива. В 2018 году, компанией использовано около 9,5 млрд. литров биотоплива в бензине и дизельном топливе, которое реализуется компанией по всему миру. Raízen, совместное предприятие в Бразилии (доля Shell 50%), производит этанол из сахарного тростника, с объемом годового производства более 2 млрд. литров.

Крупнейшие нефте-, газо-, угледобывающие компании, такие как Royal Dutch Shell, Total и BP в последние годы осуществляют инвестиции в солнечную и ветровую энергию. Shell планирует тратить \$1-2 млрд. долл. США в год на чистые технологии из общего бюджета в размере 25-30 млрд. долл. США. Это второй по величине показатель среди группы компаний топливно-энергетического комплекса [1]. Суммы заявленных и осуществляемых инвестиций составят всего 1% средств, направляемых такими компаниями на блокирование климатических инициатив и инвестиций в проекты по добыче ископаемого топлива [1]. Согласно исследованиям влияния корпораций на климатическую политику (InfluenceMap), в совокупности, вышеуказанные компании тратят примерно \$ 200 млн. в год, подталкивая к задержке или изменению климатических и энергетических правил, особенно в США, в то же время, тратя \$195 млн. в год на брендинговые кампании, которыми заверяют общественность о поддержании климатической повестки дня (рис. 1) [2].

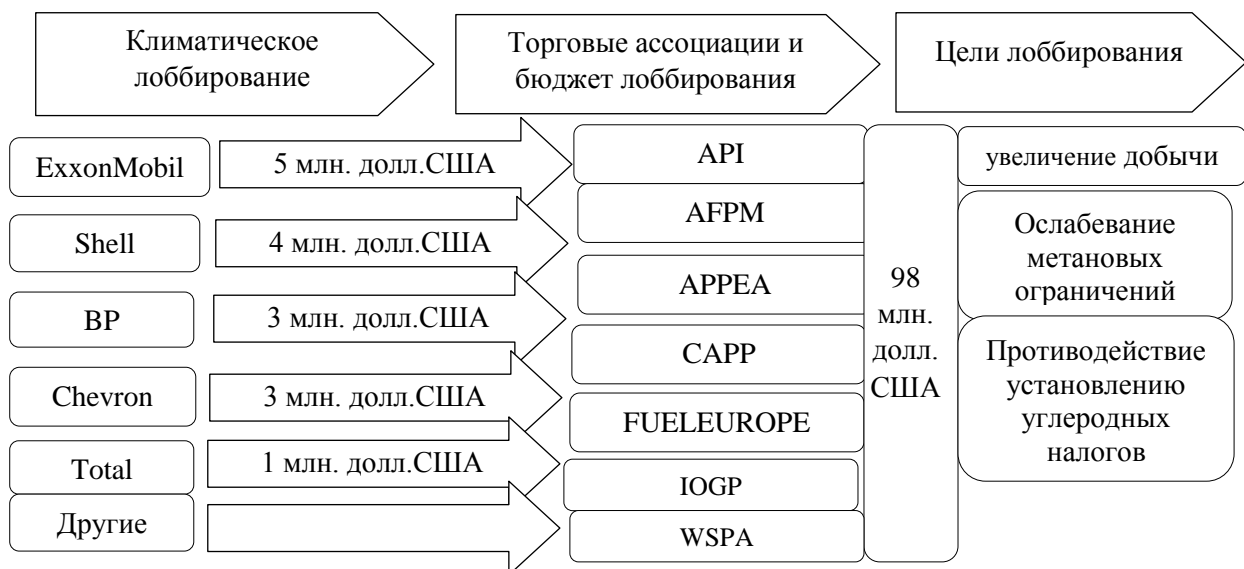


Рис. 1. Объемы средств, выделяемых на лоббирование климатических аспектов

Рассматривая матрицу распределения компаний в зависимости от результатов реализации концепции социальной ответственности бизнеса, по характеру поведения компанию Shell можно отнести к группе D, как и остальные компании «big oil».

		Деятельность компании приводит к положительным изменениям	
		Да	Нет
Деятельность компании направлена на избежание причинения вреда	Да	A	B
	Нет	C	D

Рис. 2. Матрица распределения компаний в зависимости от результатов реализации концепции социальной ответственности бизнеса

Выводы. В условиях нахождения мира на грани глобальной экологической катастрофы, в эпоху, так называемого, антропоцена, особое внимание общество уделяет вопросам экологизации деятельности промышленных компаний, особенно тех, которые осуществляют свою деятельность в сфере добычи ископаемых источников энергии.

Проведя анализ деятельности компании Shell в направлении защиты окружающей среды, можно сделать вывод, что отчеты об устойчивости Big Oil и декларируемые обязательства относительно климатической повестки расходятся с фактическими проводимыми мероприятиями. Компании активно используют лоббистские инструменты, для саботирования реализации климатической политики. Объемы социальных инвестиций, осуществляемых компаниями значительно ниже, инвестиций, направляемых в разработку нефте- и газодобычи. Выявлено несоответствие декларируемых положений принципам социальной ответственности, что может свидетельствовать об отсутствии диалога с заинтересованными сторонами компании. Так, нарушается принцип прозрачности, т.е. открытости решений и действий, которые влияют на общество, экономику и окружающую среду и готовность сообщать об этом в ясной, точной, своевременной, честной и полной форме.

Список литературы:

1. Bouso, R. Big Oil spent 1 percent on green energy in 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uk.reuters.com/article/us-oil-renewables/big-oil-spent-1-percent-on-green-energy-in-2018-idUKKCN1NH004> (дата обращения: 20.11.2018).
2. Big Oil’s Real Agenda on Climate Change. An InfluenceMap Report March 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://influencemap.org/report/How-Big-Oil-Continues-to-Oppose-the-Paris-Agreement-38212275958aa21196dae3b76220bddc>.
3. Shell Sustainability Report 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/advanced/315901> (дата обращения 03.03.2019 г.).

Панасюк О.Ю., студентка

Брыль Е.А., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

olga380958679827@yandex.ru

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Управление кадровым потенциалом занимает одно из ведущих мест в системе управления любой организации, в том числе и международной. Так, для управления человеческими ресурсами характерно то, что персонал рассматривается как важный стратегический ресурс организации, который нуждается в инвестициях, модернизации, в совершенствовании и соответствующем изменении управленческой парадигмы. В связи с этим, анализ и оценка факторов, влияющих на управление кадровым потенциалом, обеспечивает непрерывное совершенствование методов работы с персоналом, использование достижений современной науки и наилучшего производственного опыта.

Анализ последних исследований и публикаций. На сегодняшний день проблемой управления кадровым потенциалом занимаются как отечественные, так и зарубежные исследователи. Среди них можно выделить: Агарзаева Г.И., Арутюнян Г.А., Ахмадеева А. А., Держинского К. А., Изосимова И. Ю., Рабцевича А.А., Пурьжова Л.В.

Целью исследования является анализ и оценка факторов, влияющих на управление кадровым потенциалом в международной организации на примере ПАО «Сбербанк».

Результаты исследования. Для того чтобы понять от чего зависит состояние и направление развития политики управления кадровым потенциалом международной организации, необходимо выявить и провести анализ соответствующих факторов, в той или иной степени влияющих на управление кадровым потенциалом на примере ПАО «Сбербанк России».

Так, традиционно на управление кадровым потенциалом в ПАО «Сбербанк России», как и в любой другой международной организации, оказывают влияние как внутренние, так внешние факторы. Объединить имеющуюся информацию, и наиболее полно представить общую картину действительности позволяет матрица SWOT-анализа предприятия.

SWOT-анализ – способ анализа и оценки, который используется в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и опасности. SWOT-анализ можно проводить непосредственно с использованием количественных и качественных методов оценки.

На базе проведенного качественного и количественного анализа показателей управления кадровым потенциалом организации были предложены соответствующие стратегии по совершенствованию управления кадровым потенциалом в ПАО «Сбербанк России»:

- 1) использование наиболее приемлемого и узнаваемого образа организации для привлечения высококвалифицированных кадров;
- 2) совершенствование управления кадровым потенциалом на основе внедрения системы дистанционного обучения персонала.

Во время проведения качественного SWOT-анализа были выявлены сильные и слабые стороны в деятельности по управлению кадровым потенциалом в ПАО

Секция «Международный бизнес»

«Сбербанк России», и определены возможности и угрозы. Далее были сопоставлены данные четырех групп и выставлена балльная оценка предполагаемой связи факторов по четырем группам. Таким образом, была использована следующая шкала оценки в баллах: негативное влияние: -3 (сильное), -2 (среднее), -1 (слабое); 0 (влияние отсутствует); позитивное влияние: +1 (слабое), +2 (среднее), +3 (сильное). Колонки «Итого» показывают сумму баллов по строкам матрицы, колонка «Всего» - общую сумму по строкам матрицы. Строка «Итого» показывает сумму по колонкам матрицы.

Матрица количественного SWOT-анализа управления кадровым потенциалом в ПАО «Сбербанк России» представлена в таблице 1.

Таблица 1

Матрица количественного SWOT-анализа управления кадровым потенциалом в ПАО «Сбербанк России»

Внешняя среда	Внутренняя среда									
	Слабые стороны				Сильные стороны				Итого	Всего
	большая текучесть кадров	неоправданно высокие затраты на обучение персонала	недостаточная работа в области управления знаниями	Итого	привлекательный образ организации	наличие направлений кадровой политики по управлению кадровым потенциалом	сотрудничество с кадровыми агентствами	Итого		
Возможности										
Создание более привлекательных условий для работы сотрудников	-3	0	-2	-5	3	3	0	6	1	
Внедрение современной системы обучения персонала	-1	1	-2	-2	1	3	1	5	3	
Привлечение высококвалифицированных сотрудников	-2	0	-3	-5	3	3	2	8	3	
Угрозы										
Ухудшение ситуации на рынке рабочей силы	-3	-1	-1	-5	0	0	-2	-2	-7	
Ухудшение качества образования	0	0	-1	-1	0	-2	-3	-5	-6	
Внедрение основными конкурентами ПАО «Сбербанк России» «современных систем обучения»	-3	-3	-2	-8	-1	1	0	0	-8	
Итого	-12	-3	-11	-26	6	8	-2	-12	-14	

Из данных таблицы 1 следует, что самые высокие баллы получила стратегия совершенствования управления кадровым потенциалом на основе внедрения виртуального повышения квалификации руководящего состава (8 баллов).

Таким образом, на основе выше сказанного, можно сделать вывод о том, что ПАО «Сбербанк России» занимает довольно устойчивое положение в отрасли. В организации проводится работа по направлениям кадровой политики по управлению кадровым потенциалом. Но, несмотря на имеющиеся сильные стороны в работе по управлению кадровым потенциалом, существуют и слабые стороны проводимой

кадровой политики. Так, руководство ПАО «Сбербанк России» направляет необоснованно большие средства на подготовку сотрудников-консультантов, в то время как добиться похожих результатов возможно с использованием достижений современной науки и наилучшего производственного опыта предприятий-конкурентов.

Но, несмотря на это, ПАО «Сбербанк России» остается одним из наиболее крупных банков страны и по ряду финансово-экономических показателей занимает лидирующие позиции в кредитной системе. На сегодняшний день ему нет равных среди коммерческих банков по количеству территориальных банков, филиалов, отделений и агентств. ПАО «Сбербанк России» не только подтвердил репутацию самого устойчивого и надежного банка, преодолев кризис с наименьшим уровнем затрат, но и обеспечил доступ к банковским продуктам значительной части населения. К 2016 году банк существенно укрепил собственные позиции на приоритетных участках рынка, сохранив главенствующие позиции на рынке розничных банковских услуг, доля в общем размере рублевых вкладов населения превысила 80%. Значительно закрепились позиции банка в обслуживании корпоративных клиентов: доля Сбербанка на рынке варьирует в пределах 30%, что превышает один миллион юридических лиц - клиентов банка. Кроме того, Сбербанк продолжает значительную работу на рынке внутренних и внешних государственных обязательств, корпоративных ценных бумаг.

Сбербанк сохраняет свои позиции среди лидирующих банков страны, благодаря собственной финансовой стабильности и экономической устойчивости, с предоставлением различных банковских продуктов и услуг. Успешно создаются разносторонние проекты, помогающие не только развитию самого банка, но и способствующие положительному развитию экономики государства.

ПАО «Сбербанк» рассматривает развитие кадрового потенциала как одно из наиболее важных условий для выполнения поставленных стратегических задач. Ключевой задачей кадровой политики Сбербанка на ближайшее время станет последующее повышение квалификации персонала Сбербанка, создание коллективов профессионалов, способных обеспечить выполнение задач стратегического развития банка. В качестве приоритетных направлений кадровой политики Банк рассматривает увеличение производительности системы подбора, подготовки и расстановки сотрудников, улучшение системы мотивации персонала, становление корпоративной культуры. На данный момент на предприятии работает Виртуальная школа Сбербанка, которая проводит повышение квалификации только для консультантов, и, к сожалению, не затрагивает руководителей, что считается грубейшей ошибкой данного мероприятия и подлежит пересмотру в будущем.

Выводы. Следует отметить, что в работе был проведен анализ и оценка факторов, влияющих на управление кадровым потенциалом международной организации. На их основе были предложены рекомендации по управлению кадровым потенциалом организации путем повышения квалификации руководителей различных уровней управления, что, в свою очередь, позволит сокращать время на принятие качественных управленческих решений, совершенствовать политику управления кадрами и конфликтами, которые возникают в коллективе любой организации.

Список литературы:

1. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru> (дата обращения 05.04.2019).
2. Виртуальная школа Сбербанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sber-info.ru/virtualnaya-shkola-sberbanka/> (дата обращения 05.04.2019).
3. Официальный сайт Банки.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru> (дата обращения 05.04.2019).

Санина Т.С., студентка
Некрасова О.Л., д.э.н., доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
t_sanina@mail.ua

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОРПОРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ

Актуальность. В современных условиях хозяйствования, в случае отсутствия разработанной стратегии повышения конкурентоспособности у корпораций возникают сложности практически в каждом направлении функционирования. Поэтому появляется высокая потребность у корпораций в разработке основных направлений повышения конкурентоспособности.

Анализ последних исследований и публикаций. Функционирование корпораций и разработка стратегий формирования их конкурентоспособности в условиях интернационализации исследовано таким учеными-экономистами как: А.В. Данильченко, Е.В. Бертош, О.Ф. Малашенковой, Н.С. Шестопаловой, Л.А. Кривенцовой, Ж.С. Беляевой, Е.Н.Александровой, В.В.Каушанской и др.

Цель исследования. Разработать стратегию повышения конкурентоспособности корпорации в условиях интернационализации на примере ПАО «Магнит».

Результаты исследования. В современной экономике прослеживается переход от использования сравнительных преимуществ, созданных с помощью низких расходов на рабочую силу и природные ресурсы, к конкурентным преимуществам, которые основываются на развитой инновационной среде, новых организационно-институциональных формах, уникальных товарах и технологиях, которые постоянно требуют формирования стратегии и разработки соответствующих инструментов обеспечения конкурентоспособности. Общий подход к разработке инструментов повышения конкурентоспособности корпораций на рынке заключается в том, что факторы повышения конкурентоспособности корпорации обосновываются с точки зрения клиентоориентированности.

Это предусматривает выбор основной стратегии конкуренции, то есть стратегии, которая обеспечила бы наиболее полное и эффективное использование имеющихся возможностей. В качестве основного признака здесь выступает адаптация возможностей корпорации к конкретным условиям рынка через выявление базовых стратегий повышения конкурентоспособности.

Современный отечественный внутренний рынок имеет специфические особенности, связанные с неразвитостью и «завуалированностью» товарно-денежных отношений. Однако российские корпорации уже имеют дело с конкурентами из разных стран, а потому должны знать и учитывать в этом состоянии конкурентные возможности контрагентов.

В качестве информационного объекта исследования было выбрано – Публичное акционерное общество «Магнит». Это холдинговая компания группы обществ, которые занимаются розничной торговлей продуктами питания через сеть магазинов «Магнит». На сегодняшний день ПАО «Магнит» имеет относительно стабильные операционные и финансовые показатели. Будучи лидером рынка по количеству магазинов и территории их размещения, ПАО «Магнит» продолжает развиваться [1].

Ближайшими конкурентами ПАО «Магнит» традиционно считаются гипермаркеты «Лента», «Ашан», «Окей».

«Лента Лтд» – одна из лидирующих сетей гипермаркетов на территории России. Датой основания считается 25 октября 1993 года, когда в Санкт-Петербурге был открыт

первый магазин-склад «Лента» в торговом формате cash & carry. С 1999 года в результате реформирования сети компания открывает гипермаркеты. Штаб-квартира расположена в Санкт-Петербурге [2].

По результатам деятельности данная компания выделяет несколько видов рисков, в зависимости от которых формирует собственную стратегию конкурентоспособности.

К видам рисков можно отнести: стратегические; операционные; финансовые и нормативно-правовые.

В частности, риски, связанные с формированием и повышением конкурентоспособности – это рост конкуренции и конкурентные закупки. В результате присутствия данных рисков «Лента» может столкнуться с заметным усилением конкуренции на фоне консолидации, либо изменения стратегии конкурентов и появления у них дополнительных источников финансирования.

Следующим конкурентом для ПАО «Магнит» в отрасли является ООО «Ашан». Французский ритейлер «Ашан» (Auchan) является третьим по величине игроком российской продуктовой розницы.

АШАН Ритейл Россия – российское подразделение AuchanRetail (входит в AuchanHolding). АШАН Ритейл Россия – крупная торговая сеть, работающая на российском рынке с 2002 г.

В конце 2017 года ООО «Ашан» разработало новую стратегическую модель, направленную на возвращение ключевых позиций на российском рынке и преобразование бизнеса. Так, в настоящее время указанная компания находится на этапе реализации указанной стратегии, общий срок которой оценивается в 20 месяцев [3].

ООО «Ашан» представляет собой сеть серьезного конкурента для ПАО «Магнит». Данная компания в настоящее время находится на этапе внедрения новой стратегической коммерческой модели, по результатам которой планируется завоевание лидирующего положения на российском рынке.

«О'КЕЙ» – крупная российская розничная сеть, которая специализируется на торговле продуктами питания. Компания открыла свой первый гипермаркет в Санкт-Петербурге в 2002 году.

В данный момент усовершенствование маркетинговых кампаний остается одним из ключевых приоритетов. ООО «Окей» стремимся постоянно поддерживать долю промо-акций на стабильном уровне, делая акцент на промо предложения, доведенные непосредственно до внимания покупателей (около 30%). Результаты промо кампаний в 2018 г. были во многом подкреплены успешным запуском системы взаимодействия с клиентами CRM Manzana. Новая система позволяет проводить промо-кампании более эффективно, предлагая клиентам акционные товары на основе анализа их предпочтений [4].

Указанные нововведения являются частью стратегии развития компании. Ее целью является развитие в России современной мультиформатной розничной торговли продуктами питания.

ПАО «Магнит» реализует собственную стратегию развития. Она разработана в связи со сложившимися предпосылками на розничном рынке России для перехода на новый уровень развития.

«Магнит» ставит цель — стать главной потребительской площадкой и самым известным потребительским брендом РФ, поставив покупателя в центр стратегии и покрывая до 70% кошелька. Стратегия базируется на 5 ключевых направлениях:

- задать новый стандарт доступного потребления;
- задать новый стандарт позитивного покупательского опыта;
- закрыть самые важные потребности покупателей семьей магазинов «Магнит»;

- стать безусловным лидером по присутствию во всех регионах РФ;
- внедрить клиентоориентированную операционную модель.

Согласно данной стратегии, на сегодняшний день ПАО «Магнит» внедряет новые идеи:

- оптимизация ассортимента в пользу более востребованных позиций;
- адаптация ассортимента под потребности локального покупателя;
- повышение качества клиентского сервиса;
- увеличение доступности товаров на полке;
- улучшение планировки магазинов и более удобная выкладка;
- улучшение дизайна магазинов и навигации, установка современного оборудования;
- увеличение частоты смены промоакций [5].

Выводы. Учитывая, что ПАО «Магнит» действует на развивающемся рынке с мощной конкурентной борьбой, для компании лучшей станет стратегия, направленная на заключение собственных конкурентных превосходств и, предусматривающая наиболее глубочайшее проникание, и географическое формирование рынка, со следующей вертикальной интеграцией кверху. В зависимости от рыночной ситуации, условий среды функционирования, уровня конкурентных преимуществ, методов конкурентного соперничества предприятие выбирает соответствующую стратегию конкурентоспособности и модель поведения. Выбор стратегий конкурентоспособности целесообразно осуществлять на основании взаимосвязи стадий экономического развития предприятий и их стратегических типов, используя многомерное пространство.

Список литературы:

1. ПАО «Магнит»: Карточка компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.conomy.ru/emitent/magnit> (дата обращения 08.04.2019).
2. Лента Лтд: Карточка компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.conomy.ru/emitent/lenta> (дата обращения 08.04.2019).
3. Как изменится «Ашан». Главное из интервью гендиректора «Ашан ритейл Россия» Франсуа Реми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailer.ru/kak-izmenitsja-ashan-glavnoe-iz-intervju-gendirektora-ashan-ritejl-rossija-fransua-remi-vedomostjam/> (дата обращения 08.04.2019).
4. Официальный сайт «Окей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.okmarket.ru> (дата обращения 08.04.2019).
5. Томпсон-мл., А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд. – К.: Вильямс, 2003. – 924 с.

Стёпина Е.Д., студентка

Лемешко Е.В., ассистент

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

Liza-stepina@mail.ru

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ

Актуальность. Процесс формирования интеграционных объединений является одной из объективных тенденций развития современной мировой экономики и

международных экономических отношений, что подтверждается, в частности, их широким распространением в мировой практике. Высокие темпы развития мировой экономики предъявляют повышенные требования.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам интеграционных процессов в мировой экономике посвящены работы отечественных и зарубежных ученых, таких как С. Авдашевой, И. Владимировой, В. Дементьева, Я. Паппэ, З. Раджабовой и других.

Цель исследования заключается в углубленном познании теоретических основ интеграционных процессов в мировой экономике.

Результаты исследования. Обширное понимание в данное время понятия «интеграция» используется для достижения более высокого экономического развития и достижения целей как внутренних, так и внешнеэкономических интересов государств.

Изучение различных источников позволило определить, что международная экономическая интеграция – это многоаспектный сложный процесс объединения соседних государств в единую территорию, охватывающий экономические, финансовые, политические и торговые отношения между субъектами интеграции, такими как бизнес-ориентированные единицы и территории [1]. Международная экономическая интеграция характеризуется объединением территорий (регионов) в объединение или союз.

Важнейшей целью и результатом интеграции является повышение эффективности использования национальных потенциалов путем взаимовыгодного объединения усилий и ресурсов в решении проблем экономического роста.

Таким образом, международная экономическая интеграция имеет как достоинства (более широкий доступ к ресурсам), так и недостатки (табл. 1).

Таблица 1

Достоинства и недостатки экономической интеграции

Достоинства	Недостатки
Увеличение внутренней торговли между странами связано с устранением тарифных барьеров	Для более отсталых стран интеграция приводит к оттоку ресурсов (факторов производства), идёт перераспределение в пользу более сильных партнёров.
Свободная миграция трудоспособных работников и умственного труда	Олигопольный сговор между ТНК (транснациональная корпорация) стран-участниц, что приводит к повышению цен
Возможность использования кредитных ресурсов всех стран-участниц ассоциации, снижение банковской процентной ставки	Эффект потерь от увеличения масштабов производства при очень сильной концентрации

Также, можно сказать, что развитие экономической интеграции определяется по следующим факторам:

- развитие процессов международных экономических отношений;
- международное разделение труда;
- повышение интеграции мировых экономик;
- рост научно-технического прогресса;
- повышение степени открытости национальных экономик;
- рост однородности экономической жизни на основе моделей экономического развития.

Каждый из постепенно развивающихся этапов интеграции можно рассматривать как шаг по пути последующего развития и как самостоятельный тип интеграционного объединения.

Переход к этапу интеграции мировых экономических отношений осуществляется через ряд этапов международной экономической интеграции, что обусловлено количественными и качественными показателями их развития.

На сегодняшний день существуют много видов интеграции. Наиболее распространенные представлены в таблице 2.

Таблица 2

Виды и свойства интеграции

Виды интеграции	Свойства
Таможенный союз	Совместная таможенная политика в отношении третьих лиц. Пример: ЕЭС.
Зона свободной торговли	Это форма договора, в которой участники договариваются о снятии таможенных тарифов по отношению друг к другу. Пример: НАФТА.
Общий рынок	Полное устранение препятствий на пути движения всех факторов производства между союзными странами.
Экономическое объединение	Возникает на этапе высокого экономического развития. Проводится скоординированная (или даже единая) экономическая политика, и на этой основе устраняются все препятствия.
Валютное объединение	Форма экономического союза и в то же время крупная составляющая экономического союза.
Полная экономическая интеграция	Единая экономическая политика и, как следствие, унификация законодательной базы.

Можно сказать, что за последние десять лет международная региональная интеграция претерпела качественные изменения. Экономисты Всемирного банка в этом процессе выделяют три основные тенденции:

1. Одна из первых тенденций заключается в принятии того факта, что эффективная интеграция требует более решительных, чем обычное снижение тарифов и квот. Имеется большое количество иных барьеров, которые вызывают сегментацию рынка и препятствуют свободному движению товаров, услуг, инвестиций и идей. Для того, чтобы устранить данные ограничения, нужны широкомасштабные меры политики, выходящие далеко за рамки традиционной торговой политики. Такая «глубокая интеграция» впервые была активно объявлена в программе единого рынка в ЕС. Поэтому новые интеграционные ассоциации содержат положения, регулирующие сферы конкуренции, инвестиций, интеллектуальной собственности, услуг, защиты окружающей среды и трудовых стандартов. Подобным образом, они часто выходят за рамки классических соглашений о свободной торговле или таможенном союзе, в которых ранее описывалось только перемещение товаров.

2. Вторая тенденция - это переход от «закрытой» к более открытой модели региональной интеграции, которая соответствует доминирующим в настоящее время взглядам на национальную экономическую политику. Многочисленные торговые блоки, созданные развивающимися странами в 1960–1970-х годах, в то время основывались на модели замещения импорта внутренним производством с использованием региональных соглашений с обширными внешнеторговыми ограничениями в качестве инструмента для реализации этой модели. Новейшая волна

интеграции (в том числе возрождение некоторых предыдущих соглашений), демонстрирует большую открытость и приверженность идее стимулирования международной торговли, а не ее контроля.

На данный момент относительно новой тенденцией является развитие процессов межрегиональной интеграции с заинтересованностью и участием большого числа стран, которые географически разбросаны и находятся на разных уровнях экономического развития. Естественно, что в таких стартовых условиях можно в лучшем случае говорить о втором этапе интеграции, то есть о зоне свободной торговли. Примером таких процессов являются переговоры о создании Межамериканской зоны свободной торговли, которая должна объединить 34 страны Южной и Северной Америки, а также переговоры о подписании Соглашения об ассоциации между ЕС и МЕРКОСУР.

Выводы. Главными задачами экономической интеграции как качественно нового и более сложного этапа интернационализации экономических отношений являются более тесное сотрудничество и взаимопроникновение отдельных национальных экономик, создание условий для концентрации производства и переплетения капитала, а также проведение согласованной межправительственной экономической политики.

Список литературы:

1. Николаева, И.П. Мировая экономика [Текст] / И.П. Николаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 94 с.
2. Булатова, А.С. Мировая экономика [Текст] / А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2001. – 101 с.
3. Семенов, К.А. Международные экономические отношения. [Текст] / К.А. Семенов. – ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 200 с.
4. Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения [Текст] / Е.Ф. Авдокушин – М.: «Экономистъ», 2003. – 195 с.
5. Жуков, Е.Ф. Международные экономические отношения. [Текст]: учеб. / Е.Ф. Жуков, Т.И. Капаева. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2000. – 310 с.

Усатюк А.Ю., студентка

Дубель В.М., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

albina.usatyuk@bk.ru

УТЕЧКА УМОВ

Актуальность выбранной темы заключается в том, что она носит глобальной характер и существенно подрывает развитие той страны, из которой наблюдается переезд людей за границу. Ведь, уезжая работать по контракту, специалисты приносят огромную пользу зарубежным государствам. Их достижения становятся достоянием принимающей их страны. Одни страны получают готовых специалистов, а другие страны, из которых уезжают люди, тратят время и ресурсы на их развитие и образование.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблем, связанных с «утечкой умов», посвящены научные труды: В. Видяпина, А. Гребенюк, Н. Злобина, О. Кучмаева, Н. Мухамеджановой, Л. Смирновой и др.

Целью работы является исследование сущности и причин миграционных процессов интеллектуальных кадров из развивающихся стран, предложение мероприятий по сдерживанию «утечки мозгов».

Результаты исследования. В связи с тем, что общество вступает на новый этап своего развития, его сопровождают ряд перемен и проблем. Учитывая факт, что общество из постиндустриального ступило на путь информационного (техногенного), оно столкнулось с проблемой «утечки умов», которая с каждым годом усугубляется.

«Утечка умов» (Brain Drain) – это выезд за границу образованных специалистов на работу, которые не могут реализовать свои желания и мечты в стране проживания или же не находящие места работы по специальности.

В настоящее время конкуренция между развитыми странами включает «погоню за умами», так как это немаловажная составляющая в экономике стран. Лидером в этой области является США, которые за период с 1968 по 1978 привлекли 250 тысяч специалистов из развивающихся стран, а из Западной Европы – 20 тысяч человек. Западноевропейские страны также активно пронимают иностранные кадры [1].

Согласно отчёту Международной организации по миграции, число международных мигрантов в 2010 году составило 214 млн. человек или 3,1 % населения мира. Если рост этого показателя продолжится с прежней скоростью, то к 2050 году он достигнет значения 405 млн. человек [4].

И по сей день люди продолжают покидать свою родную страну, не думая об отрицательных последствиях своих действий. Большинство ученых, а также студентов развивающихся стран серьезно задумываются о переезде в более развитые страны. А эти люди – будущее страны, выезд которых нанесет серьезный удар не только по демографической ситуации, но и по научному потенциалу этих стран.

В ходе исследования удалось выявить причины оттока специалистов за границу. Во-первых, политическая нестабильность и недостаточный уровень экономической свободы [2]. Потеря рынков сбыта, разрыв внешнеэкономических связей – все это приводит людей к мыслям о поиске новых мест развития и заработка денег.

Во-вторых, невозможность реализовать собственный творческий потенциал. Это очень весомая причина, так как, как правило, молодые специалисты очень амбициозны и имеют массу желаний, которые в конкретной стране им не дают или же не удается осуществить.

Исследование Организации экономического сотрудничества и развития позволило также выявить «эффект домино» в этой сфере. Например, медицинские работники из Великобритании уезжают в США, где предлагают выше зарплаты. На их место приезжают медики из Африки, а их место занимают врачи и медсестры из Кубы [3].

Анализируя данную проблему можно сказать, что семейные связи не смогут удержать людей на Родине. Они забирают семью и уезжают.

Чаще всего едут в Германию, Израиль, США, так как там предлагают более интересные условия существования, стабильность и высокую заработную плату, то есть хорошую оценку их деятельности. Учитывая тот факт, что в 21 веке информация – это самый важный ресурс, роль научных знаний возрастает с каждым днем. В глобальном масштабе существует недостаток образованных специалистов в каждой отрасли хозяйства. Соответственно, за перспективных специалистов в прямом смысле идет борьба, так как именно за такими людьми будущее.

Проведя анализ различных источников можно установить некоторые профессии, которые наиболее востребованы и высокооплачиваемы в современном мире. Высокий спрос идет на медсестер. В Австралии их ждут в психиатрии и хирургии. Конечно же, чем выше опыт и знания языка, тем больше шансов занять хорошее место. В

Великобритании эту специальность считают престижной и довольно высоко оплачивают.

Повсюду нуждаются в инженерах разных направлений. Новая система трудоустройства для иностранных работников в Австрии ждет механиков, техников, инженеров.

Высококвалифицированные врачи тоже имеют большой спрос. В Новой Зеландии нужны анестезиологи, хирурги, психологи и физиотерапевты. Финляндия заинтересована в стоматологах и специалистах в этой области, а Дании необходимы разнообразные специалисты, так как с врачами у них все очень плохо.

Специалисты в сфере IT и компьютерных технологий требуются везде.

А в сфере преподавания постоянный дефицит учителей. Страны Европы и Азии очень хорошо платят преподавателям и предоставляют достойное место работы.

«Утечка умов» не представляет опасности тогда, когда работники выезжают за рубеж для получения опыта, а затем возвращаются на родину и трудятся с приобретенным опытом и новыми навыками. Но на практике количество таких людей совсем невелико и «утечка умов» наносит ущерб тем странам, в которых она проявляется в значительных масштабах.

Часто, уехавшие работать за границу люди материально помогают своим родным. Например, денежными переводами, посылками родным и близким. Занимая высокие посты за границей и имея стабильный и высокий заработок, люди помогают открывать филиалы международных компаний у себя на родине.

Большинство стран мира активно занимаются этой проблемой. Каждая страна заинтересована в поддержке собственного интеллектуального потенциала, который является показателем и двигателем социально-экономического развития. Государство должно следить за рынком интеллектуального труда и не допускать выезда за границу высококвалифицированных специалистов, медиков, инженеров. Одним из путей решения проблемы утечки квалифицированных специалистов является повышение заработной платы для ученых, как молодых и перспективных, так и людей со стажем и опытом. Этим возможно стимулировать приток в эту сферу новых кадров. Данный шаг подымет авторитет научной деятельности и важности научных исследований, статус ученого в обществе.

Для предотвращения «утечки умов» главным условием является повышение материальной заинтересованности, особенно для молодых специалистов. В этом случае молодые люди не будут думать о переезде или поиске лучшего места проживания и работы. Но это далеко не единственный фактор, способный устранить «утечку мозгов». В современном обществе считается не приоритетной и не ведущей профессия ученого и специалиста в области науки и образования. Поэтому повышая престижность данного вида деятельности тоже можно снизить вероятность трудовой миграции квалифицированных специалистов. Не стоит забывать о патриотическом воспитании, представление о котором у молодежи слегка размытое или вообще отсутствует в большинстве развивающихся стран.

Выводы. Последствия «утечки мозгов» зависят от уровня масштабности данного процесса. Но очевидно, что эта ситуация ведет к ослаблению научно-технического потенциала страны, закрытию различных научных школ, снижению роли научных знаний и исследований. Высокоразвитые страны привлекают к себе такое число специалистов конкретной отрасли, которое зачастую превышает их собственные потребности. Это приводит к снижению оплаты труда. Также, невостребованное число людей не работает по своей профессии. Поэтому они вынуждены устраиваться таксистами, продавцами, охранниками.

С точки зрения экономики конкретной страны, «утечка мозгов» – это серьезная проблема. Имея хорошую базу, выпускники высших учебных заведений уезжают продолжать обучение за границу. Очень часто им там предлагают хорошую работу на выгодных условиях, и они там остаются. А страна, которая не удержала специалиста интересным и перспективным предложением, терпит убытки, ведь основа для профессионального роста была дана именно здесь.

Путей решения данной проблемы существует множество. Любую проблему можно решить, но главное – это человеческий фактор. Как только человек самостоятельно, не смотря на все принципы, не поймет, что работать в своей стране, в своем городе – это авторитетно, это заслуживает уважения, то никакие правила и пути не смогут исправить ситуацию. И это действительно самый важный и определяющий фактор, так как каждый сам творит свою судьбу и, безусловно, хочет только самого лучшего.

Список литературы:

1. Видяпин, В.И. Бакалавр экономики: хрестоматия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/107198/> (дата обращения 18.03.2019 г.)
2. Злобин, Н. «Утечка мозгов»: причины и последствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kontinent.org/article_rus_47ffe607df371.html (дата обращения 19.03.2019 г.)
3. Интернет-издание Washington ProFile. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.washprofile.org (дата обращения 15.03.2019 г.)
4. Мухамеджанова, Н. Основы современной цивилизационной теории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books> (дата обращения 18.03.2019 г.)

Харленко В.Б., студентка

Дубель В.М., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

lera.kharlenko@yandex.ru

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Актуальность. В современных условиях стремительной информатизации общества интернет-торговля, как один из видов осуществления коммерческой деятельности, начинает играть ключевую роль в осуществлении международной торговли и международного бизнеса в целом. Исходя из этого, изучение особенностей и преимуществ осуществления торговой деятельности в сети Интернет является актуальным на современном этапе развития общества.

Анализ последних исследований и публикаций. Затронутой в статье теме посвящены доклады, представленные на конференции ООН по торговле и развитию (март 2015 г.), а также научные труды Пирогова С.В., Кобелева О.А. и др.

Целью данного исследования является определение роли Интернет-торговли в развитии международного бизнеса на основе изучения существующих форм электронной торговли и особенностей их функционирования.

Результаты исследования. В современной экономике отмечается явная тенденция развития и применения информационных технологий для осуществления предпринимательской деятельности, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. На

основе данной тенденции возникают все новые способы ведения бизнеса. Одним из таких способов можно считать Интернет-торговлю, как один из видов электронной коммерции, появление которой обусловлено значительными достижениями НТП в сфере создания мощных компьютерных систем, способных мгновенно обрабатывать и хранить большие объёмы данных; появление глобальной сети Интернет; создание и развитие электронной почты и различных систем оплаты, включающих электронные кошельки. На сегодняшний день электронная торговля представляет собой специфическую форму осуществления коммерческой деятельности посредством Глобальной сети. Интернет-торговля так же, как и другие формы коммерческой деятельности, регулируется общепризнанными международными правилами торговли.

История развития и возникновения Интернет-торговли берёт своё начало в 1995 году. Именно в этот год были образованы крупнейшие компании, специализирующиеся на электронной торговле – Amazon и eBay. Данные компании, став первыми в своей отрасли, предложили модели ведения Интернет-торговли. Компания Amazon, изначально занимающаяся продажей книг, музыкальных дисков и видеоигр, вскоре стала предлагать своим покупателям огромный ассортимент товаров, включающий в данный момент около 34 категорий, размещенный в электронном каталоге на сайте компании. После выбора покупателем необходимого товара, заказ направляется непосредственно к производителю или логистический центр. Данная модель позволяет избежать лишних затрат на содержание складских помещений. Модель, предложенная компанией eBay, представляет собой площадку проведения Интернет-аукционов, гарантируя при этом честность проведения сделок, однако вопросы, касающиеся качества продукции и сроков поставок остаются на рассмотрении между потребителями. Компанией Dell, производителем компьютерной техники, была предложена третья «модель прямых продаж». Её суть заключается в возможности покупателя в режиме онлайн «конструировать» требуемый товар из частей, предложенных в электронном каталоге на сайте компании.

Современные формы электронной торговли базируются на этих основных моделях и включают в себя:

1. C2C (Consumer-to-Consumer). Сайт выступает в роли посредника между потребителями.
2. B2C (Business-to-Consumer). Представляет собой продажу товаров или предоставление услуг компанией (Интернет-магазином) конечному потребителю.
3. B2B (Business-to-Business). Осуществление торговой деятельности между организациями.
4. B2G (Business-to-Government). Коммерческая деятельность между организациями и государством.
5. E-tendering. Интернет-площадка, предоставляющая для своих пользователей информацию, необходимую для ведения коммерческой деятельности (например, информация о существующих тендерах).

На сегодняшний день Интернет-торговля занимает одно из лидирующих мест в осуществлении международной коммерческой деятельности. По данным, представленным на Конференции ООН по торговле и развитию (UNCTAD), на 2017 год оборот рынка электронной торговли составил 29 трлн. дол. США, а число интернет покупателей достигло 1,3 млрд. человек. Стоит также отметить, что большую часть оборота Интернет-торговли составляет форма B2B (Business-to-Business), т.е. торговля между предприятиями. В десятку стран-лидеров по величине Интернет-рынков входят: Китай, США, Великобритания, Япония, Германия, Франция, Южная Корея, Канада, РФ, Бразилия. Первое место по объёму рынка электронной торговли занимает Китай с показателем 562,66 млрд. дол. США. Данный показатель обеспечен высокой

численностью населения Китая, среди которого насчитывается 600 миллионов пользователей Глобальной сети. Второе место в данном рейтинге занимает США с объёмом рынка в 349,06 млрд. дол. США. Около 57% магазинов США имеют свои интернет-площадки для продажи товаров онлайн. Великобритания занимает третье место. Объём рынка Интернет-торговли в этой стране составляет 93,89 млрд. долл. США. В случае Великобритании на долю электронной торговли приходится 30% экономики страны. Онлайн-продажи составляют более 13% от общего количества розничных продаж. Россия в мировом рейтинге объёмов Интернет-торговли занимает 9 место с показателем в 20,30 млрд. дол. США. По статистике на долю Интернет-покупателей в России приходится около 13%. Завершает рейтинг Бразилия с объёмом Интернет-рынка в 18,80 млрд. дол. США, также стоит отметить Индию. Электронный рынок в этой стране развивается стремительными темпами [2].

Крупнейшими Интернет-магазинами на данный момент являются:

1. Amazon.com – крупнейший интернет-магазин мира и один из самых старых на Земле. Штаб-квартира расположена в г. Сиэтл, США. Рыночная стоимость компании в июле 2018 года превысила 900 млрд. долл.

2. AliExpress.com – самый стремительно развивающийся интернет-магазин мира. Корпорация Alibaba Group, оценённая в 500 млрд. долл. владеет данным онлайн-магазином, кроме того, ей принадлежит интернет-площадка Alibaba.com, предназначенная для предпринимателей.

3. eBay.com – крупнейший мировой интернет-аукцион. Данная площадка в сети предоставляет возможность пользователям не только покупать, но и продавать поддержанные вещи, также есть возможность выбирать между прямой покупкой и аукционом. Стоимость компании составляет 70,6 млрд. долл.

4. Walmart.com – онлайн-магазин крупнейшей сети розничной и оптовой торговли в США. Капитализация компании составила по современным оценкам 239 млрд. долл. Особенностью данного магазина является внедрение современных технологий. Например, использование RFID-меток, которые несут в себе информацию о товаре.

5. Gap Inc. – крупнейшая компания по продаже одежды в США. Компания имеет более 3000 магазинов по всему миру. В 1997 году Gap Inc. запустили свой интернет-магазин gap.com. По данным за 2007 года оборот компании составил 15,8 млрд. долл. [3].

Опыт успешной работы интернет-площадок указывает на основные преимущества осуществления коммерческой деятельности в сети Интернет. К ним относятся:

- отсутствие географических ограничений, возможность свободного выхода на внешний рынок;
- минимальные издержки, связанные с входом на рынок и прекращением деятельности;
- общая минимизация затрат в ходе деятельности, за счёт сокращения площадей складских и офисных помещений, а также необходимого штата сотрудников;
- возможность круглосуточной работы;
- возможность предоставления широко ассортимента товаров.

Вместе с тем, к недостаткам Интернет-торговли можно отнести: несовершенный механизм контроля над безопасностью компьютерных систем; риски, связанные с невыполнением условий поставки или нарушением её сроков; невозможность оценки покупателем реальных свойств и качества, заказываемой продукции.

Выводы. В настоящее время в международном бизнесе отмечается возрастающая роль Интернет-торговли. По современным оценкам оборот денежных средств электронной торговли в форме B2C (Business-to-Consumer) составляет около 1,3 трлн.

долл. США, в форме B2B (Business-to-Business) 15 трлн. долл. США. По оценкам экспертов в развивающихся странах и странах с переходной экономикой электронная торговля занимает 40% от общей торговой деятельности. В экономически развитых странах – около 60%. Отмечается, что в США, Великобритании и Германии популярность посещения Интернет-магазинов значительно превышает использование социальных сетей. По данным конференции ООН по торговле и развитию среди страны, экономика которых находится на переходном этапе развития, онлайн-шопинг пользуется наибольшей популярностью в Македонии и Сербии. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что развитие коммерческой деятельности в сети Интернет открывает перед предпринимателями новые возможности ведения бизнеса и способствует налаживанию международных торговых связей, что оказывает положительное влияние на развитие международной торговли и международного бизнеса в целом.

Список литературы:

1. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: Учебное пособие / О. А. Кобелев; под ред. проф. С. В. Пирогова. – 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.

2. ТОП-10 eCommerce рынков мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/top-10-ecommerce-rynkov-mira-mirovye-prodazhi-trendy-statistika/> (дата обращения 20.03.2019).

2. Самые успешные интернет-магазины мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.platincoin.com/ru/economics/successful-online-retailers/> (дата обращения 20.03.2019).

Хлюбка Д.А., студент

Костина Т.В., к.э.н., доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

frvryngdm@gmail.com

ПРОБЛЕМАТИКА ЗЕЛЕННЫХ ОБЛИГАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В БИЗНЕСЕ

На сегодняшний день преобразование мировой экономики в связи с изменением климата может рассматриваться как возможность для инвестирования, распространяющуюся не только на проекты, связанные с альтернативной энергетикой, но и на все отрасли и секторы рынка в целом. Главным инструментом «зеленого» финансирования служат зеленые облигации.

В основе тезисов лежат последние отчеты международной организации «Green Bonds Initiative», принимающей непосредственное участие в аккумулировании средств для решения экологических проблем, а также наиболее актуальные и значимые исследования и статьи, раскрывающие проблематику зеленых облигаций.

Целью тезисов является исследование роли зеленых облигаций как инструмента экологического финансирования в международном бизнесе, а также изучение основных тенденций развития и популяризации данного вида облигаций на мировом рынке, постановка основных проблем зеленых бондов.

Зеленые облигации – это вид облигаций, главной целью которых является поддержка устойчивого развития общества, а также помощь в финансировании проектов, направленных на улучшение состояния окружающей среды. Они

используются для финансирования проектов, нацеленных на повышение энергоэффективности, предотвращение выброса вредных веществ в окружающую среду, развитие сельского хозяйства, возобновление таких ресурсов как рыбное хозяйство и леса, защита различных природных экосистем, создание и внедрение новейших экологически безопасных технологий и многое другое.

Зеленые облигации стали новым источником роста мирового рынка облигаций. Сегодня наблюдается тенденция огромного спроса на участие в процессе перехода к «зеленой» экономике – модели, которая ведет к улучшению здоровья и социальной справедливости населения, а также к значительному снижению опасных воздействий на окружающую среду и к снижению экологического дефицита [4].

Целевой характер использования финансовых средств, собранных в результате выпуска зеленых бондов, является таковым, что в результате средства могут использоваться только для инвестиций в «зеленые» программы и проекты.

Наличие международных и национальных стандартов зеленых облигаций позволяет эмитентам и инвесторам получить гарантии целевого характера использования финансовых средств.

Зеленые бонды являются менее рискованным инструментом, чем большинство обращающихся на рынке облигаций. Доля зеленых облигаций с самыми высокими инвестиционными рейтингами выше, чем в среднем на рынке.

Большинство выпусков зеленых бондов ориентировано на сроки более десяти лет и может быть увязано со сроками реализации инвестиционных проектов. Незеленые облигации имеют более короткие сроки погашения, что далеко не всегда соответствует финансовым потребностям инфраструктурных проектов.

Зеленые облигации уже получили признание всех основных стейкхолдеров. Быстрое развитие рынков зеленых бондов в различных по уровню социально-экономического развития странах свидетельствует о балансе интересов участников рынка, которые готовы рассматривать зеленые бонды в качестве инструмента, соответствующего их стратегиям.

Одна из существенных проблем «зеленого» проектного финансирования — это относительно небольшие размеры многих «зеленых» проектов, что делает экономически неэффективным выпуск и вложение средств в облигации. Обычные объемы эмиссии облигаций составляют в настоящее время в среднем от \$200 млн., а в развитых странах — от \$1 млрд. [3]. К тому же еще четко не разработана система контроля использования выделенных средств. Это допускает возможность финансовых махинаций и использования средств не по назначению. Однако проводится постоянная активная разработка установок и контроля за использованием средств. В настоящее время разработаны следующие международные стандарты: Принципы зеленых облигаций (GBP), Принципы зеленых займов, Таксономия климатических облигаций и Стандарты климатических облигаций. Также разработаны многие региональные и государственные стандарты. Наиболее продвинутыми в этом вопросе на данный момент являются такие страны как США, Китай, Германия, Франция, Нидерланды, Великобритания, Канада, Австралия и Япония.

Несмотря на то, что выпуск зеленых облигаций все еще сравнительно мал по сравнению с общим размером мирового рынка облигаций, однако происходит постоянный стабильно высокий рост их числа. Выпуск зеленых облигаций в 2018 году составил \$167,3 млрд. [1]. По различным прогнозам, это число в 2019 году должно превысить отметку от \$180 до \$300 млрд., а в 2020 году преодолеть цель в \$1 трлн. США, Китай и Франция возглавляют рейтинг стран по выпуску зеленых облигаций уже не первый год – такая тенденция продолжается и в 2019 году. Доля выпущенных ими зеленых облигаций составила 47% от мирового выпуска в 2018 году. США выпустила

зеленые облигации в размере \$34,1 млрд., Китай – \$30,9 млрд., а Франция – \$14,2 млрд. [1].

Возобновляемая энергетика осталась наиболее инвестируемой отраслью в 2018 году (доля от общих размеров инвестиций составила 52%). Также важными отраслями инвестирования стало строительство зданий с низким содержанием углерода (13%), транспорт (11%), рациональное использование земельных ресурсов (10%), рациональное использование водных ресурсов (5%), переработка отходов (4%) и другие [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что рост рынка зеленых облигаций предоставляет возможности финансирования проектов по реализации целей устойчивого развития (SDG), а также финансирование иных экологических проектов, направленных на улучшение состояния окружающей среды, а также способствующих переходу к «зеленой» экономике [2]. В ходе исследования также были выделены положительные и отрицательные аспекты зеленых облигаций, а также возможности улучшения ситуации и продвижения зеленых облигаций на мировом рынке.

Плюсы зеленых облигаций:

– Зеленые инвестиции могут играть позитивную роль в повышении осознанности о климатических проблемах окружающего мира.

– Социально ответственные инвесторы, которые показали большую заинтересованность в зеленых бондах, могут стать явной выгодой для местных правительств и компаний.

– Зеленые облигации могут аккумулировать огромное количество финансовых ресурсов для поддержки экологических проектов.

– Компании и правительство могут зарекомендовать себя в социальной среде как инновационные и придерживающиеся целей устойчивого развития.

– Зеленые облигации могут способствовать установлению государственно-частного партнерства.

Недостатки зеленых облигаций:

– Недостаток понимания того, что представляют собой зеленые бонды при оценке долгосрочных инвестиционных проектов.

– На рынке зеленых облигаций все еще слабо развита прозрачность операций и система отчетности, которая является скорее условностью, чем обязательством. При росте рынка зеленых облигаций прозрачность станет обязательным условием.

– Количество розничных инвестиций все еще невелико.

Возможности улучшения положения рынка зеленых облигаций:

– Повышение прозрачности операций, проводимых с зелеными бондами.

– Продвижение раскрытия финансовых рисков, связанных с климатическими условиями.

– Маркировка займов и инвестиций «зелеными» в проектах может сформировать базис количественной оценки и устранения климатических рисков кредиторов и инвесторов.

– Основание фондов зеленой инфраструктуры или облигаций.

– Бенчмаркинг как крупных эмитентов государственного сектора, так и корпораций подают рынку мощный сигнал о намерении правительства и компаний поддерживать переход к низкоуглеродной экономике.

Список литературы

1. Filkova M. Bonds and Climate Change: The State of the Market 2018 / Climate Bonds Initiative [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.climatebonds.net/files/reports/cbi_gbm_final_032019_web.pdf (дата обращения: 15.03.2019).

2. Green Bonds – A Bridge to the SDGs / Climate Bonds Initiative [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.climatebonds.net/files/reports/green-bonds_a-bridge-to-the-sdgs_062018.pdf (дата обращения: 15.03.2019).

3. Sonerud B., Kidney S., Tripathy A. Scaling up Green Bond Markets for Sustainable Development / Climate Bonds Initiative [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.climatebonds.net/files/files/GB-Public_Sector_Guide-Final-1A.pdf (дата обращения: 15.03.2019).

4. Богачева, О.В. «Зеленые» облигации как важнейший инструмент финансирования «зеленых» проектов [Текст] / О.В. Богачева, О.В. Смородинов // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. – 2016. – № 2 (30). – С. 70 – 81.

Чернова М. В., студентка

Козаченко Ж. Н., старший преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

economix-77@ukr.net

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

Актуальность. Государства Юго-Восточной Азии (Бруней, Восточный Тимор, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины) развиваются неодинаково, поэтому находятся на разных этапах развития и сталкиваются с различными экономическими и социальными проблемами. Несмотря на это, регион с каждым годом получает все больше прямых иностранных инвестиций, государства способствуют улучшению инвестиционного климата и потенциала региона путем проведения лояльной макроэкономической политики.

Анализ последних исследований и публикаций. В основном, все последние исследования посвящены инвестициям в такие страны, как Индия и Китай, но, поскольку, торговая война между Китаем и США набирает все новые обороты и многие ТНК переносят свои мощности и производства в Юго-Восточную Азию, то следует проанализировать факторы инвестиционной привлекательности региона. Также стоит отметить, что данная проблема рассматривалась такими отечественными авторами, как В. В. Бойцов, Былиняк С. А., Кандалинцев В. Г., Мазырин В. М., Мосяков Д. М., Муранова А. П. и др.

Целью данной работы является определение факторов инвестиционной привлекательности региона.

В макрорегион Юго-Восточная Азия входит 11 государств и все они находятся на разных ступенях развития, но почти все они характеризуются высокими темпами экономического роста. В совокупности ВВП региона (ППС) составляет 7,6 трлн. долл., что составляет почти 6% от валового мирового продукта по ППС (2016) (табл. 2) и растет примерно на 5% в год (табл. 1) [1].

Стоит отметить, что в одних странах региона экономика основана на сельском хозяйстве, а в других – на промышленности, а также сфере услуг. Прямые иностранные инвестиции, высокие темпы урбанизации, многочисленные технологические достижения стремительно меняют регион [2].

ВВП (ППС) и ВВП на душу населения стран ЮВА, 2017 год

Страна	ВВП, млн. долл.	ВВП на душу населения, долл.
Бруней	12,128	28,291
Восточный Тимор	2,955	2,279
Вьетнам	223,78	2,342
Индонезия	1,015,539	3,876
Камбоджа	22,158	1,384
Лаос	16,853	2,457
Малайзия	314,71	9,828
Мьянма	67,069	1,257
Сингапур	323,907	57,717
Таиланд	455,303	6,595
Филиппины	313,595	2,989

На экономику региона существенно повлиял кризис 1997 года, однако экономики региона быстро оправались от него и восстановились в кратчайшие сроки. Всего за пару лет они не только достигли докризисных показателей, но еще и превысили их.

Также на экономику региона существенное влияние оказывают ТНК, которые не только обеспечивают капитал, но еще и приносят новые технологии, методы управления, открывают доступ к новым сетям сбыта на международном рынке и др.

В последние годы борьба за инвестиции все больше ожесточается и становится всё более обостренной, поскольку постоянно возрастает конкуренция не только со стороны других государств региона, но также и со стороны Индии и Китая. Также странам Юго-Восточной Азии не хватает работников с высокой квалификацией, а в регионе начинают преобладать технологические стартапы, для работы в которых необходимы специальные знания.

Но, тем не менее, есть ряд факторов, которые обеспечивают странам Юго-Восточной Азии инвестиционную привлекательность:

1) высокий уровень внутренних сбережений, который обеспечивает прочную основу для инвестиций внутри государства;

2) демографическая ситуация, а именно, большая доля населения трудоспособного возраста и снижение темпа прироста населения, что одновременно позволяет бороться с бедностью и обеспечивает всех рабочими местами;

3) ценности – население региона считает нормой кропотливый и напряженный труд, длинный рабочий день и небольшие отпуска;

4) большинство населения имеет начальное и среднее образование, поскольку государство и само население инвестировали в него, поэтому регион добился выдающихся результатов в этой области;

5) политическая стабильность во многих странах Юго – Восточной Азии является очень привлекательной для инвесторов, поскольку здесь меньше всего происходило каких – либо неблагоприятных политических катаклизмов;

6) грамотная политика государства в отношении привлечения инвестиций способствовала благоприятному инвестиционному климату – уровень инфляции в пределах нормы, льготный налоговый режим, стабильность банков, высокий размер прибыли на вложенный капитал.

Необходимо отметить и тот факт, что в 2018 году треть американских ТНК, работающих в Китае, перенесли или планируют перенести в 2019 году свои производственные мощности в страны Юго – Восточной Азии. Например, уже перенесли свои заводы такие компании, как Harley Davidson и Merry Electronics в Таиланд, поставщик деталей Panasonic в Малайзию, производитель обуви Steve Madden и интернет – компания Kayamatics в Камбоджу, а в скором времени откроет свои заводы в Малайзии, поставщик Apple приобретет в скором времени завод в Таиланде, во Вьетнам перенесла свое производство компания, изготавливающая полиэтилен, Hyosung Corp.

Также, согласно опросу, проведенному на Азиатском финансовом форуме 2019 года, около 39% респондентов считают, что в Юго-Восточной Азии наблюдается наилучшая доходность инвестиций, в то время как 35% проголосовали за Китай и 16% за США [3].

В период с 2007 по 2017 год, по меньшей мере, 60 различных частных инвесторов (управляющие фондами, семейные офисы, пенсионные фонды и другие виды частного капитала) вложили 904 млн. долл. в 225 сделок и почти дюжина финансовых институтов развития инвестировали 11,3 млрд. долл. в 289 сделок в Юго-Восточной Азии [3].

Результаты исследования: в ходе исследования был выявлен ряд факторов, который положительно влияет на экономику Юго-Восточной Азии, поскольку обеспечивает ей более высокую инвестиционную привлекательность по сравнению с другими странами, а также в странах региона политики государств направлены на то, чтобы создать благоприятный инвестиционный климат и привлечь больше инвестиций.

Выводы: инвестиционная экосистема региона Юго-Восточной Азии постоянно улучшается и эти изменения становятся все более заметны с каждым годом.

Список литературы:

1. Asian Development Bank Economic indicators of Asia and Pacific countries 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.adb.org/data/statistics> (дата обращения 07.04.2019).
2. Global Impact Investing Network & Intelicap The Landscape for Impact Investing in Southeast Asia 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thegiin.org/research/publication/landscape-southeast-asia> (дата обращения 07.04.2019).
3. Southeast Asia Tops Global Rankings for Investment Destination, Is Your Country on the List? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seasia.co/2019/01/16/southeast-asia-tops-global-rankings-for-investment-destination-is-your-country-on-the-list> (дата обращения 07.04.2019).

Янцер К.А., студентка

Шпандарук В.А., к.э.н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

kristy.net.ua@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИРМЫ

Актуальность. Главный ресурс любой фирмы – это персонал. Поэтому управление персоналом – один из основных факторов, определяющих успешность

бизнеса сейчас и в перспективе. Управление персоналом должно занимать центральное место в любой организации, в том числе и в международной фирме.

Фирма с развитой организационной культурой и грамотно построенной системой управления персоналом является более успешной и конкурентоспособной по сравнению с фирмами, не уделяющими достаточного внимания развитию нематериальных ресурсов [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности управления персоналом изучали Базаров Т.Ю., Веснин В.Р., Еремин Б.Л., Кибанов А.Я., Кочеткова А.И., Одегов Ю.Г., Уткин Э.А., Шекшня С.В. А вопросам управления персоналом международных фирм посвящены работы Кониной Н.Ю., Максимовой С.М., Петрук Т.В.

Цель исследования - выявить сущность и особенности, стратегии и тенденции в управлении персоналом международной фирмы.

Результаты исследования. Сущность управления персоналом заключается в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых отношений субъекта и объекта управления. В основе этих отношений лежат принципы, методы и формы воздействия на интересы, поведение и деятельность работников с целью максимального использования знаний, умений и навыков [1].

Управление персоналом в международной фирме целесообразно рассматривать как:

- процесс функционирования и взаимодействия менеджеров головной компании и дочерних зарубежных предприятий;
- процесс взаимодействия между менеджерами и подчиненными.

В управлении персоналом международных фирм, особенно в ее зарубежных филиалах и дочерних предприятиях необходимо учитывать поведенческий аспект. Служба управления персоналом призвана знакомить работников фирмы с правилами поведения за рубежом, условностями, позволяющими персоналу зарубежных филиалов чувствовать себя свободно и комфортно, не вызывая своими поступками и внешним видом недовольства, недоумения, а порой и скрытой насмешки со стороны местной общественности; прививать им навыки общения с местными органами власти, деловыми кругами и потребителями товаров [3].

В международной фирме внешние факторы, влияющие на особенности кадровой политики, связаны с местонахождением компании и ее филиалов, видом деятельности, а внутренние - с корпоративной культурой, правилами, порядком и процедурами.

Работающие на международных рынках фирмы преимущественно используют три стратегии управления персоналом: патерналистскую, независимую и глобальную. Их основные положения и особенности представлены в таблице 1.

Таблица 1

Стратегии управления персоналом международной фирмы
(авторская разработка с использованием литературного источника [4])

Стратегия	Основные положения	Особенности
1	2	3
Патерналистская	<ul style="list-style-type: none"> • преимущественное использование кадровых политик и практик материнской компании; • назначение на ключевые управленческие должности сотрудников из материнской компании; • принятие ключевых решений (в том числе и кадровых) в материнской компании 	<ul style="list-style-type: none"> • Разработанные в материнской компании политики и практики «спускаются вниз» — в дочерние, где становятся законом, гласно и негласно принимаемым всеми подразделениями.

Продолжение табл. 1

1	2	3
Независимая	<ul style="list-style-type: none"> каждая фирма в регионе управляется на «местном уровне»; на ключевые позиции могут назначаться сотрудники с местного рынка труда; кадровые политики и практики разрабатываются самостоятельно, корпоративные стандарты применяются как рекомендации, а не жесткий закон 	<ul style="list-style-type: none"> Каких-либо единых принципов и подходов нет. Если рынок в регионе достаточно ограничен (квалифицированных специалистов недостаточно), то при поиске кандидатов на ключевые позиции могут возникнуть проблемы. В то же время демонстрация доверия к местным кандидатам благоприятно сказывается на имидже фирмы в глазах местного сообщества
Глобальная	<ul style="list-style-type: none"> разработка и внедрение интегрированной бизнес-стратегии на глобальном уровне; создание и развитие групп менеджеров и специалистов из разных стран; развитие универсальных компетенций сотрудников 	<ul style="list-style-type: none"> Для реализации крупных проектов в разных странах специально создаются пулы «мобильного» персонала - «международники». В рамках одной команды объединяются люди разных культур, бизнесов, стран. Руководствуясь стратегией материнской компании, они перемещаются из региона в регион, внедряя корпоративные стандарты и политики, реализуя единую стратегию

В связи с тем, что сотрудники международных фирм являются гражданами разных стран, возникают дополнительные проблемы управления персоналом, в частности языковые, культурные барьеры, различие ценностей, поведения, верований и т.д. [2]. В мировой практике наиболее часто применяются следующие модели управления персоналом – японская, американская и европейская (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика моделей управления персоналом

Японская модель:	Американская модель:	Европейская модель:
<ul style="list-style-type: none"> пожизненный найм сотрудников; увеличение заработной платы по выслуге лет, независимо от повышения в должности; групповое принятие решений; подчинение лидеру и уважение старшему; равное вознаграждение за результат труда в группе; интенсивность, трудолюбие и старательность в обучении; постоянная ротация персонала 	<ul style="list-style-type: none"> краткосрочный найм; направленность на индивидуализм; поощрение соперничества между сотрудниками; высокая текучесть кадров; индивидуальные рабочие задания; честность и независимость работников; подбор кадров по уровню образования, опыту и психологической совместимости; узкая специализация 	<ul style="list-style-type: none"> порядок, дисциплина, экономность, пунктуальность; мотивация и оплата труда в зависимости от квалификации и возраста; приверженность традициям и авторитет деловой репутации; честное ведение переговоров и соблюдение договоров и законов; строгое соблюдение субординации на работе и в обществе; тщательность в подборе и расстановке персонала

Существует три основные стратегии подбора персонала в международную фирму:

- сотрудники подбираются в стране происхождения материнской компании;
- подбор сотрудников определяется местом расположения компании;
- привлекаются сотрудники из других государств [4].

Выводы. Следовательно, управление персоналом – важный, но достаточно сложный процесс, учитывающий особенности и специфику конкретной международной фирмы. Перспективами дальнейших исследований будет разработка направлений совершенствования управления персоналом международной фирмы.

Список литературы:

1. Кривоzubова, А. Е. Особенности управления персоналом в крупных организациях [Электронный ресурс] / А.Е. Кривоzubова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXI междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013. – Режим доступа: <https://sibac.info/conf/econom/xxi/31373>.
2. Максимова, С.М. Особенности управления человеческими ресурсами в международной компании [Электронный ресурс] / С.М. Максимова // Наукoведение. – 2014. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-upravleniya-chelovecheskimi-resursami-v-mezhdunarodnoy-kompanii> (дата обращения 11.04.2019).
3. Международный менеджмент: учебник для вузов / под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля. – СПб: Питер, 2010. – 624 с.
4. Петрук, Т. Особенности управления персоналом в международной компании / Т. Петрук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1507> (дата обращения 11.04.2019).

СОДЕЖАНИЕ

Секция «Экономика предприятия»

<i>Бикбаева Д.И.</i> <i>Селиванова Ю.В.</i>	ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ ООО «NESTLE РОССИЯ»	5
<i>Вожжова В.В.</i> <i>Селиванова Ю.В.</i>	АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ КАК ОСНОВА ПРИМЕНЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДА ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	8
<i>Голик А.С.,</i> <i>Полякова Э. И.</i>	НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССУ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	11
<i>Гудина А.В.</i> <i>Тофан А.Л.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	14
<i>Двирченко Т.А.</i> <i>Стрелина Е.Н.</i>	РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	16
<i>Дорофеева А.А.,</i> <i>Яковлева М.А.</i>	АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ	19
<i>Достовалова Д.А.</i> <i>Калустян Я.В.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАБОТКИ ШАХТНЫХ ВОД ДОНЕЦКОГО РЕГИОНА	23
<i>Ерошенко А.А.</i> <i>Селиванова Ю.В.</i>	ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	26
<i>Замула Д.О.</i> <i>Давлианидзе Я.С.</i>	ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА	29
<i>Кириченко Е.В.</i> <i>Кошелева Е.Г.</i>	ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	32
<i>Коваленко А.П.</i> <i>Лазаренко Н.В.</i>	УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	35
<i>Козаченко Л.И.</i> <i>Евсеев В.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	38
<i>Коляда Е.Н.</i> <i>Щетинская Я.В.</i>	ДИАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	41
<i>Комягина Л.А.</i> <i>Краснова В.В.</i>	ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	44
<i>Кондратьев С.А.</i>	СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	47
<i>Кузьмина А.В.</i> <i>Карпухно И.А.</i>	СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	50

<i>Куликова О.В.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	53
<i>Мельник А.О.</i> <i><u>Евсеев В.А.</u></i>	ЗАПАСЫ КАК ОБЪЕКТ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	56
<i>Моисеева А.В.</i> <i><u>Егоров П.В.</u></i>	СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГИБКОСТИ И АДАПТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	60
<i>Мойсина В.В.</i> <i><u>Щетинская Я.В.</u></i>	НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ «ЛУКОЙЛ»	63
<i>Мышляева А.В.</i> <i><u>Бычкова О.В.</u></i>	ФИНАНСИРОВАНИЕ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ДНР И ДРУГИХ СТРАН	65
<i>Наборщикова Е.Г.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ КАК ФУНДАМЕНТ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	68
<i>Никитина А.Д.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	71
<i>Осифов А.Ю.</i> <i><u>Романинец Р.Н.</u></i>	ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ КРИЗИСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	74
<i>Павленко Т.Н.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	77
<i>Самохина Д.С.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	НОРМАТИВНЫЙ МЕТОД УЧЕТА ЗАТРАТ И СИСТЕМА «СТАНДАРТ-КОСТ»: СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ	81
<i>Санжура Е.П.,</i> <i>Полякова Э. И.</i>	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	84
<i>Сатлер И.А.,</i> <i>Андреева А.Г.</i> <i><u>Дончевский Г.Н.</u></i>	ПРОЕКТ МОДЕЛИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ИСПЫТАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА, НАПРАВЛЕННОЙ НА ГЕНЕРИРОВАНИЕ БЛАГОДАТНОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ	87
<i>Тарасова А.А.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	МЕТОДИКА ДИАГНОСТИКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	89
<i>Титаренко Д.В.</i> <i><u>Селиванова Ю.В.</u></i>	ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И УКРАИНЕ	92
<i>Шевчук И.М.</i>	НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	95
<i>Янопуло Д. А.</i> <i><u>Стрелина Е.Н.</u></i>	УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА НА ОСНОВЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ	98

Секция «Теория и практика управления экономическими системами»

<i>Акимова Д.В.</i> <u><i>Гришина И.В.</i></u>	ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	101
<i>Бублик Я.В.</i>	К ОСНОВАМ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ ЭКОНОМИКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	104
<i>Волкова Н.В.,</i> <i>Позднякова Т.В.</i>	ИНФОРМАЦИОННАЯ НАПОЛНЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ- ПОРТАЛОВ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СЕЛЬСКИХ РАЙОНОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	106
<i>Деревянко Д.А.</i> <u><i>Гришина И.В.</i></u>	ПРИМЕНЕНИЕ «МАТРИЦЫ-РАЗВЕРТКИ» В ПРОЦЕССЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	109
<i>Дроздова М.А.</i> <u><i>Горбань С.Н.</i></u>	КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ	111
<i>Иванченко А.Е.</i> <u><i>Кравец Е.О.</i></u>	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКО- ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ДОНБАССА	114
<i>Кириченко К.Р.</i> <u><i>Еременко А.А.</i></u>	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОПРОСУ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	117
<i>Кулик Н.Н.</i> <u><i>Дончевский Г.Н.</i></u>	ПРАКТИКА ПОСТРОЕНИЯ ПРОЦЕССНЫХ МОДЕЛЕЙ В АККРЕДИТОВАННОЙ ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ	120
<i>Мокрушенко А.Ю.</i> <u><i>Жаболенко М.В.</i></u>	ВЛИЯНИЕ ОПЫТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНЖИНИРИНГОВЫХ И КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ НА СУБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА	123
<i>Писаренко Я.Д.</i> <u><i>Еременко А.А.</i></u>	ТЕОРЕТИКО МЕТОДОДОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОПРОСУ РЕАЛИЗАЦИИ КОНРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	125
<i>Проничева А.В.</i> <u><i>Еременко А.А.</i></u>	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	128
<i>Псарева А.Э.</i> <u><i>Вертиль Н.Н.</i></u>	ВЛАСТЬ В ОРГАНИАЗЦИИ	132
<i>Синицына Д.С.</i> <u><i>Лазаренко Н.В.</i></u>	УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	133
<i>Синицына К.И.</i> <u><i>Половян А.В.</i></u>	ИНДЕКС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СЛОЖНОСТИ КАК ИНДИКАТОР УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	136
<i>Стрюков Н.С.</i> <u><i>Комарницкая Е.В.</i></u>	МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	140
<i>Дончевский Г.Н.,</i> <i>Сухацкая Е.С.</i>	БЛАГОДАТНАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ПОДХОДЫ К ЕЕ РЕШЕНИЮ	143

Содержание

<i>Безродная Л.Н.</i> <i>Еременко А.А.</i>	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	146
<i>Тютюнник О.М.</i> <i>Гришина И.В.</i>	ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	149
<i>Тислицкая А.Г.</i> <i>Горбань С.Н.</i> <i>Чурсина Н.А.</i> <i>Инговатова В.А.</i>	УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	152 155
<i>Шаповалова М.В.</i> <i>Вертиль Н.Н.</i>	СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА	158
<i>Шмараева А.В.</i> <i>Еременко А.А.</i>	ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ	160
<i>Штреккер А.В.</i> <i>Оленичева Ю.А.</i>	РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	163
<i>Яковенко А.А.</i> <i>Кравец Е.О.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ООО «ДОНЭКС»	166
<i>Ялунер А.Ф.</i> <i>Половян А.В.</i>	SMART-ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ	169

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

<i>Акопян М.В.</i> <i>Демяхина Е.В.</i> <i>Бабаев М.О.</i> <i>Баев К.А.</i>	ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС НА ПРЕДПРИЯТИИ РЕЗЕРВЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКИ	172 175
<i>Васильченко А.В.</i> <i>Дудник В.В.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	178
<i>Величко Е.А.</i> <i>Дудник В.В.</i>	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИАГНОСТИКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ ПАО «ВИНТЕР»	182
<i>Гвоздик А.А.</i> <i>Ибрагимхалилова Т.В.</i> <i>Зайчук А.А.</i> <i>Калиниченко М.П.</i>	КРОСС-ДОКИНГ В ЛОГИСТИКЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	185 188
<i>Кабанец С.С.</i> <i>Молохова Я.О.</i>	ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ- ТОРГОВЛИ В ДНР	191

Содержание

<i>Костюченкова М.С.</i> <i>Святелик Н.П.</i>	ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	193
<i>Лавренцов А.Д.</i> <i>Петенко И.В.</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ	196
<i>Лахнова А.В.</i> <i>Федорченко А.Г.</i>	ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	198
<i>Леонова Д.А.</i> <i>Ибрагимхалилова Т.В.</i>	СРОЧНАЯ ДОСТАВКА КАК УПУЩЕННАЯ ПРИБЫЛЬ	201
<i>Миндзяк М.И.</i> <i>Молохова Я.О.</i>	ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА В ДНР	204
<i>Плотникова Д.В.</i> <i>Ибрагимхалилова Т.В.</i>	КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ ВУЗА	206
<i>Герасименко Р.С.</i> <i>Садекова А.М.</i>	КОНКУРЕНЦИЯ: СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ	209
<i>Силаков И.К.</i> <i>Петенко И.В.</i>	МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОПУЛЯРНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ	212
<i>Рамирес-Сташко Т.</i> <i>Ибрагимхалилова Т.В.</i>	ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ	215
<i>Стукало К.Р.</i> <i>Беспятая М.Н.</i>	ТАЙМ-МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	217
<i>Хамядгалеева В.И.</i> <i>Калиниченко М.П.</i>	ТИПОЛОГИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	221
<i>Федосова К.С.</i>	ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	223
<i>Шмаков О.С.</i> <i>Петенко И.В.</i>	СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ	226
<i>Ягола В.А.</i> <i>Тоцкая О.А.</i>	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНЯТЫХ МЕР ГОСУДАРСТВОМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В РАМКАХ КОНТРМАРКЕТИНГА ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	228
<i>Игнатьева Я.А.</i> <i>Тоцкая О.А.</i>	РОЛЬ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТА В ПРОМЫШЛЕННОМ МАРКЕТИНГЕ	230
<i>Максимова А. И.</i> <i>Ковальчук Л. Ю.</i>	К ВОПРОСУ О ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ И ИЗДЕРЖКАХ	235
<i>Макарова Т.В.</i> <i>Божко Е.В.</i>	НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ	238
<i>Ляшенко А.С.</i> <i>Божко Е.В.</i>	ЗНАКОВАЯ ЛОГИСТИКА	241

Секция «Международные экономические отношения»

<i>Айрапетова А.А.</i> <i>Туралина А.Г.</i>	РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	244
<i>Арсланбекова М.Р.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ШВЕДСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКИ: СЕКРЕТ УСПЕХА	246

Содержание

<i>Асалинская Д.В.</i> <i>Кошеленко В.В.</i>	МЕСТО РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ	249
<i>Беленко Э.В.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ЭКОНОМИКА КИТАЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	252
<i>Бобошко А.В.</i> <i>Кошеленко В.В.</i>	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ НЕЛЕГАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ	255
<i>Бритва Т.В.</i> <i>Туралина А.Г.</i>	ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	258
<i>Вакуленко М.Н.</i> <i>Шилец Е.С.</i>	МЕСТО И РОЛЬ США В МИРОВОМ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ	260
<i>Воронова А.С.</i> <i>Грузан А.В.</i>	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И КИТАЯ КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА	263
<i>Гладких В.Р.</i> <i>Васько Ю.С.</i>	РОЛЬ ОПЕК В РАЗВИТИИ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ	266
<i>Гируцкая А.В.</i> <i>Васько Ю.С.</i>	МИРОВОЙ РЫНОК ЗОЛОТА. МИРОВЫЕ ЛИДЕРЫ И ЦЕНОВАЯ ДИНАМИКА ЗОЛОТА	268
<i>Горбоконь Б. В.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	МИРОВОЙ РЫНОК СИСТЕМ ENTERPRISE RESOURCES PLANNING: СТАТИСТИКА И ТЕНДЕНЦИИ	271
<i>Грицаюк В.Ю.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИТАЯ	274
<i>Давыдов Д.А.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	277
<i>Демьяненко Д.А.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	РАЗВИТИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН И ИХ РОЛЬ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	281
<i>Жданов Н.В.</i> <i>Сокрутенко О.С.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ETF, ТОРГУЕМЫХ НА МОСКОВСКОЙ БИРЖЕ ФОНДОВ	284
<i>Жильченкова А.Э.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ	287
<i>Журба Р.Р.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И БЕЛОРУССИИ	289
<i>Ищенко К.О.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ЭКОНОМИКА ГЕРМАНИИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	293
<i>Калуцкий И.А.</i> <i>Туралина А.Г.</i>	ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПИИ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	295
<i>Койда А.О.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАФТА	298
<i>Костюк Д.Е.</i> <i>Бойко А.Н.</i>	ПРОБЛЕМА И ПУТИ ВЫХОДА РФ ИЗ «РЕСУРСНОГО ПРОКЛЯТИЯ»	300
<i>Костюченко Н.В.</i> <i>Бойко А.Н.</i>	ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА КОМПАНИИ ПАО «МАГНИТ» В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	303

Содержание

<i>Кузнецова М.А.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИИ И КИТАЯ	305
<i>Кушинир А.С.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕ СКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ	309
<i>Король С.А.</i> <i>Юничева Н.Ш.</i>	КРИПТОВАЛЮТА BITCOIN: ФЛАГМАН СРЕДИ ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫХ ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ ПЛАТЕЖА	311
<i>Логвинова А.О.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	МЕСТО КРИПТОВАЛЮТ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	314
<i>Лукьянченко Р.А.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	ФИНАНСОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: ОСОБЕННОСТИ КРУГОВОРОТА	316
<i>Малютина Д.Р.</i> <i>Туралина А.Г.</i>	ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РОССИИ И ЕЕ ОТРАСЛЕЙ	319
<i>Манько А.А.</i> <i>Бойко А.Н.</i>	ВЛИЯНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ НА РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	323
<i>Мисюк Е.В.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	326
<i>Михальцова В.В.</i> <i>Бойко А.Н.</i>	ОСОБЕННОСТИ НЕСЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	329
<i>Романченко Е. М.</i> <i>Кошеленко В.В.</i>	МИРОВОЙ РЫНОК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: ОЦЕНКА ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	332
<i>Сафроненкова Д.А.</i> <i>Позднякова А.В.</i>	МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ	335
<i>Сидоров И.А.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	ГЕНЕЗИС ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	338
<i>Синченко Я.Д.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ	341
<i>Скитченко Ю.О.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ	344
<i>Солодовникова М.К.</i> <i>Позднякова А.В.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ	347
<i>Сухинина А.О.</i> <i>Шилец Е.С.</i>	ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	349
<i>Чмиль О.А.</i> <i>Грузан А.В.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ	352
<i>Щавелева Н.В.</i> <i>Кравченко В.А.</i>	ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И УСЛОВИЯ	355
<i>Уманская Ю.А.</i> <i>Туралина А.Г.</i>	МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И СТРАН ЕВРОСОЮЗА	358
<i>Ходыревский Б.В.</i> <i>Пилипенко В.В.</i>	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВЕЛИКОБРИТАНИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ	360

Содержание

<u>Церунян И.Э.</u> <u>Кравченко В.А.</u>	ПЕРСПЕКТИВЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	363
<u>Хартоненко Д. А.</u> <u>Сокрутенко О.-А.С.</u>	ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ УЧИТЫВАЮТСЯ ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ	365
<u>Чекал К.Р.</u> <u>Позднякова А.В.</u>	ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	368
<u>Черкашина Д.В.</u> <u>Пилипенко В.В.</u>	ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАНАДЫ	371
<u>Чистякова О.М.</u> <u>Грузан А.В.</u>	ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ РФ	373
<u>Шабанова А. А.</u> <u>Туралина А.Г.</u>	СОСТОЯНИЕ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ РФ)	376
<u>Шаталов А.А.</u> <u>Кужелева А.А.</u>	АНАЛИЗ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ США И РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	379
<u>Яковлев Е.И.</u> <u>Пилипенко В.В.</u>	РЫНОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ: ДИНАМИКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ	381
<u>Демченкова К.С.</u> <u>Кравченко В.А.</u>	ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО ОПЫТА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ	384
<u>Кузнецова Т.В.</u> <u>Кравченко В.А.</u>	ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СТРАНЫ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ РАЗВИТИЯ	387

Секция «Modern economic trends»

<u>Golovko S.</u> <u>Zhdanova N.</u>	THE IMPORTANCE OF LOGO DESIGN FOR BUSINESS	391
<u>Zalavskaya A.V.</u> <u>Lychko L.Y</u>	OUTSOURCING AS A TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE	392
<u>Khrapovitskaya E. D.</u> <u>Bespyatya M.N.,</u> <u>Yeshchenko L.V.</u>	CRYPTOCURRENCY MARKETING	394
<u>Korablev A.A.</u> <u>Vorobyova Yu.S.,</u> <u>Yeshchenko L.V.</u>	CURRENT DEVELOPMENT TENDENCIES IN HIGH TECHNOLOGY EXPORTS OF THE EU COUNTRIES	396
<u>Yanenko V. Y.</u> <u>Kozachenko Z. N.,</u> <u>Yeshenko L. V.</u>	FUNCTIONING OF THE BANKING SYSTEM IN UNRECOGNIZED STATES	399

Секция «Международный бизнес»

<u>Бондарь Е.В.</u> <u>Дубель В.М.</u>	ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ	401
<u>Жарикова Я. В.</u> <u>Костина Т.В.</u>	ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ — ОСНОВНОЙ ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	404
<u>Коршун Е.О.</u> <u>Козаченко Ж.Н.</u>	УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В КОМПАНИИ	406

Содержание

<i>Лесняк О.В.</i>	«ТРЕТЬЯ ВОЛНА» КРИЗИСА И ЦИКЛЫ КОНДРАТЬЕВА	409
<i>Козаченко Ж.Н.</i>		
<i>Лозовая В.А.</i>	АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПОДХОДЫ К УЛУЧШЕНИЮ	412
<i>Козаченко Ж. Н.</i>	ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ	
<i>Ляшенко К.И.</i>	ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА	414
<i>Шпандарук В.А.</i>	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМЫ	
<i>Миненкова А.Ю.</i>	ЗЕЛЕННЫЕ ФИНАНСЫ КАК СРЕДСТВО ДЛЯ РЕШЕНИЯ	417
<i>Козаченко Ж.Н.</i>	ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ	
<i>Мирошник Е.Ю.</i>	ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ	421
<i>Воробьева Ю.С.</i>	КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ «BIG OIL» (НА ПРИМЕРЕ ROYAL DUTCH SHELL)	
<i>Панасюк О.Ю.</i>	АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА	424
<i>Брыль Е.А.</i>	УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
<i>Санина Т.С.</i>	РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ	427
<i>Некрасова О.Л.</i>	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОРПОРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ	
<i>Стёпина Е.Д.</i>	ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В МИРОВОЙ	429
<i>Лемешко Е.В.</i>	ЭКОНОМИКЕ: ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ	
<i>Усатюк А.Ю.</i>	УТЕЧКА УМОВ	432
<i>Дубель В.М.</i>		
<i>Харленко В.Б.</i>	РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В МЕЖДУНАРОДНОМ	435
<i>Дубель В.М.</i>	БИЗНЕСЕ	
<i>Хлюбка Д.А.</i>	ПРОБЛЕМАТИКА ЗЕЛЕННЫХ ОБЛИГАЦИЙ КАК	438
<i>Костина Т.В.</i>	ИНСТРУМЕНТА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В БИЗНЕСЕ	
<i>Чернова М. В.</i>	ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЮГО-	441
<i>Козаченко Ж. Н.</i>	ВОСТОЧНОЙ АЗИИ	
<i>Янцер К.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	443
<i>Шпандарук В.А.</i>	МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИРМЫ	

Научное издание

Проблемы развития социально-экономических систем

Материалы Международной научной конференции
молодых ученых и студентов
(Донецк, 25-26 апреля 2019 г.)

Том 1

*Ответственный за выпуск
председатель Совета молодых ученых экономического факультета
ГОУ ВПО «ДонНУ», ассистент Воробьева Ю.С.*

Оргкомитет конференции не несёт ответственности за достоверность
информации, предоставленной в рукописях
Напечатано с оригинал-макета, предоставленного авторами

*Под общей редакцией Ю.Н. Поликова
Ответственный за выпуск Ю.С. Воробьева*

*Дизайн обложки Е.Н. Подобная
Технический редактор Ю.С. Воробьева
Компьютерная вёрстка Ю.С. Воробьева*

Адрес оргкомитета:
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
ул. Челюскинцев, 186, к.005
e-mail: ef.smo@donnu.ru