

**ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»**

**Международная ассоциация устойчивого развития Технического  
университета – Варна, Болгария**

**Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»  
в г. Ялте**



## **МАТЕРИАЛЫ**

**Четвертой Международной научно-практической**

**Интернет-конференции**

**«ДОРОЖНАЯ КАРТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»**

**SO HPE «DONETSK NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS  
AND TRADE NAMED AFTER MIKHAEL TUGAN-BARANOVSKY»**

**INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT TECHNICAL UNIVERSITY-VARNA, BULGARIA**

**HUMANITARIAN-PEDAGOGICAL ACADEMY (FILIAL)  
FGAEI HE «CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY  
NAMED AFTER V.I. VERNADSKY»  
IN YALTA**

**CONFERENCE PROCEEDINGS**

**THE FOURTH INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL  
INTERNET-CONFERENCE**

**ROAD MAP OF THE WORLD ECONOMY**

**15 November 2018  
Donetsk**

**Donetsk 2018**

**ГО ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА  
ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА-ВАРНА**

**ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ  
(ФИЛИАЛ)  
ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО» В Г. ЯЛТЕ**

## **МАТЕРИАЛЫ**

**ЧЕТВЕРТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
ИНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦИИ**

## **ДОРОЖНАЯ КАРТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**15 ноября 2018 г.  
Донецк**

**Донецк  
2018**

УДК 33(100):330.3(082)  
ББК 65(0)я431+65.012я431 М34

Редакционная коллегия:

Дрожжина СВ., д-р филос. наук (глав. ред.);  
Азарян Е.М., д-р экон. наук (зам. глав. ред.);  
Климович Л.К., канд. экон. наук;  
Крачунов Х.А., канд. техн. наук;  
Маковейчук К. А., канд. экон. наук;  
Тимошенко М.В., канд. экон. наук;  
Семёнов А.А., канд. экон. наук;  
Стельмашенко Е.В., канд. экон. наук;  
Балабанова Л.В., д-р экон. наук;  
Бакунов А.А., канд. экон. наук;  
Моисеева Ф.А., канд. филол. наук;  
Фомина М.В., д-р экон. наук;  
Бондаренко И.С., канд. экон. наук;  
Миньковская М.В., канд. экон. наук;  
Шеремет Т.Г., канд. экон. наук

М34 Материалы четвертой международной научно-практической интернет-конференции «Дорожная карта мировой экономики»: 15 ноября 2018 г., г. Донецк / ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, Международная ассоциация устойчивого развития; ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» в г. Ялте; редкол. Дрожжина С. В. (глав. ред.) [и др.]. – Донецк : [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2018. – 207 с.

В сборнике рассмотрены тенденции развития глобальной экономической системы, вопросы теории и практики внешнеэкономической деятельности, международного бизнеса и международного маркетинга, проанализированы проблемы экономической теории и международных экономических отношений, исследован зарубежный и отечественный опыт в сфере экономики предприятия, международные стандарты ведения бизнеса и информационные технологии, актуальные вопросы маркетингового менеджмента, особенности современных инновационных и интеграционных процессов в мировой экономике. Материалы предназначены для работников научной и практической сферы деятельности, преподавателей высшего профессионального образования, аспирантов, магистрантов, студентов.

Издается с 2015 г.

УДК 33(100):330.3(082)  
ББК 65(0)я431+65.012я431 М34

© ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского», 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

### СЕКЦИЯ 1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Бондаренко И.С., Пуськова А.А. <b>ВЛИЯНИЕ ЭКСПОРНОЙ ЦЕНЫ НА ПРИРОДНЫЙ ГАЗ НА ДИНАМИКУ КУРСА РОССИЙСКОГО РУБЛЯ .....</b>	12
Бондаренко И.С., Сысоева М.О. <b>ДИАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ США .....</b>	15
Кузьменко С.С., Емельченко Д.Д. <b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ .....</b>	17
Кузьменко С.С., Козлова М. О. <b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ .....</b>	19
Кузьменко С.С., Соколик Д.А. <b>СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮ- ЩЕЙ ОТРАСЛИ .....</b>	22
Пятаченко А.М., Низовец Ю.В. <b>ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ .....</b>	24
Пятаченко А.М., Николаева К.Э. <b>РЫНОК ИНЖИНИРИНГОВЫХ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....</b>	27
Пятаченко А.М., Пилипенко М.И. <b>ЭВОЛЮЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ .....</b>	29
Семенов А.А. <b>ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА .....</b>	31
Семенов А.А., Суханова А.Н. <b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НЕФТИ .....</b>	33

Шеремет Т.Г., Купцова В.А. <b>ВСЕМИРНЫЙ БАНК И ЕГО КРЕДИТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РФ ...</b>	35
---	----

## **СЕКЦИЯ 2. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Бондаренко И.С., Колибан К.Н. <b>ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ УСТРАНЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ .....</b>	39
Колос И.В., Бурковский В.И. <b>ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ VOLKSWAGEN GROUP .....</b>	41
Колос И.В., Войтюшенко А.С., Суханова А.Н. <b>АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАКОНД» .....</b>	43
Кузьменко С.С., Богачева А.А. <b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ .....</b>	45
Миньковская М.В., Дидык А.С. <b>ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ ГЕРМАНИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТОРГОВОМ ОБМЕНЕ .....</b>	48
Миньковская М. В. Ефименкова М.С., Чайкина А.А. <b>АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПЕК КАК МЕЖДУНАРОДНОГО И НАДНАЦИОНАЛЬНОГО РЕГУЛЯТОРА МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	51
Миньковская М.В., Суханова А.Н. <b>РОССИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	53
Охрименко И.Ю., Колибан К.Н. <b>АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ .....</b>	56
Piatachenko A., Gusakova Y.A. <b>REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF A COMMERCIAL ENTERPRISE .....</b>	58

Minkovskaya M., Voituschenko A. <b>THE ROLE OF MULTINATIONAL CORPORATION IN GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMY .....</b>	60
---	----

### **СЕКЦИЯ 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Кузьменко С.С. <b>МАРКЕТИНГОВАЯ СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДОНЕЦКОГО КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА .....</b>	63
---	----

Кузьменко С.С., Грибань А.С. <b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА УГЛЯ .....</b>	66
---	----

Кузьменко С.С., Слюсаренко А.В. <b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА .....</b>	68
---	----

Кузьменко С.С., Солнцева О.В. <b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО СТРОИТЕЛЬ- НОГО РЫНКА .....</b>	71
---	----

Кузьменко С.С., Шенкарюк А.А. <b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТАБАКА .....</b>	73
--	----

Охременко С.И., Мохий В.А. <b>ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ФИЛОСОФИИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА .....</b>	75
--	----

Охрименко И.Ю., Демчишина Е.В. <b>МЕЖДУНАРОДНЫЕ АСПЕКТЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ .....</b>	78
--	----

Пятаченко А.М. <b>РОЛЬ И ФУНКЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ .....</b>	81
---	----

Пятаченко А.М., Кравченко А.С. <b>ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА ....</b>	84
---	----

Пятаченко А.М., Куделько Я.А. <b>РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ .....</b>	85
--	----

Barbashova V., Zherzherunova A. <b>PECULIARITIES OF FACEBOOK ACTIVITY UNDER GLOBALIZATION .....</b>	89
 <b>СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ</b>	
Бондаренко И.С., Лубенец М.А. <b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СОЕДИНЕННОГО КОРОЛЕВСТВА ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СЕВЕРНОЙ ИРЛАНДИИ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ .....</b>	92
Бондаренко И.С., Раба А.А. <b>КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИГРАНТСКОЙ СРЕДЫ В РФ .....</b>	94
Германчук А.Н., Прядко А.А. <b>СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....</b>	96
Голубничая С.Н., Аксёненко А.Н. <b>СОВРЕМЕННЫЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ .....</b>	99
Миньковская М.В., Бурковский В.И. <b>АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ШВЕЙЦАРИИ В РАМКАХ ЧЛЕНСТВА В ВТО .....</b>	101
Миньковская М.В., Раба А.А. <b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ СЛОЖНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ .....</b>	105
Охременко С.И., Чернышевская А.И. <b>ИНТЕРНЕТ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ DIGITAL- МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА .....</b>	107
Kuzmenko S., Epifantsev A. <b>SOCIAL RESPONSIBILITY IN ASIAN COUNTRIES .....</b>	109
Kuzmenko S., Puskova A. <b>IMPLEMENTATION OF CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE COMPANY “NESTLE” .....</b>	110

Krachunov H., Voitushenko A.	
<b>THEORY OF THE WORLD MONETARY RELATIONS .....</b>	<b>113</b>

## **СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ**

Алексеев С.Б., Белоус А.Г.	
<b>ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ .....</b>	<b>116</b>

Алексеев С.Б., Бирюкова К.И.	
<b>СИСТЕМНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ .....</b>	<b>118</b>

Алексеева Н.И.	
<b>СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕ- НИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ .....</b>	<b>121</b>

Баранцева С.М., Пожидаев Н.А.	
<b>ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ООО «ЛАКОНД» .....</b>	<b>124</b>

Климович Л.К.	
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ УСЛУГ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ПРОБЛЕМНЫХ РЕГИОНОВ .....</b>	<b>127</b>

Олифирова А. В., Маковейчук К. А.	
<b>ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ТЕХНО- ЛОГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ .....</b>	<b>130</b>

Охрименко И.Ю., Соколик Д.А.	
<b>СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....</b>	<b>135</b>

Павлова М.В.	
<b>ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....</b>	<b>138</b>

Пятаченко А.М., Бадаева В.С.	
<b>ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ .....</b>	<b>140</b>

Пятаченко А.М., Мартиросян Л.А.	
<b>ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА .....</b>	<b>142</b>

## СЕКЦИЯ 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Кравцова Е.М., Береговая Т.И. <b>ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ПРИ СТАНОВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ВНЕШНЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ (ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА) В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....</b>	145
Кравцова Е.М., Бойчевская А.Ю. <b>L'APPLICATION DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL .....</b>	148
Кравцова Е.М., Борецкая К.Е. <b>ФИНАНСОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ «АЛРОСА» (ПАО) .....</b>	151
Кравцова Е.М., Сидоренко О. В. <b>АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДОХОДОВ НА ОП «ШАХТА ИМ. А.А. СКОЧИНСКОГО» И РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВА- НИЮ .....</b>	155
Кузьменко С.С., Демчишина Е.В. <b>СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ И ОБОРОНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....</b>	158
Кузьменко С.С., Иванченко А.Я. <b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ .....</b>	160
Машенко Е.А., Сергеева М.В. <b>КЛАССИФИКАЦИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ .....</b>	163

## СЕКЦИЯ 7. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Воробьева Е.К. <b>СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ОРИЕНТАЦИИ .....</b>	167
Гасило Е.А., Евглевская Д.С. <b>СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ .....</b>	169

Охременко С.И., Загорная А.С. <b>МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК .....</b>	171
Охременко С.И., Лобанова О.Э. <b>МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ .....</b>	173
Охрименко И.Ю. <b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ .....</b>	175
Строкина Л.А., Гафарова Л.А. <b>ПЛАНИРОВКА ТОРГОВОГО ЗАЛА: ВИДЫ И ЗНАЧЕНИЕ В МЕРЧАНДАЙЗИНГЕ .....</b>	178
Строкина Л.А., Жук В.П. <b>ВИТРИНИСТИКА: СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ В МАРКЕТИНГОВОМ УПРАВЛЕНИИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ .....</b>	181
 <b>СЕКЦИЯ 8. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
Бондаренко И.С. <b>РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА .....</b>	185
Колос И. В., Ефименкова М. С., Чайкина А.А. <b>ИНДИКАТОРЫ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА КАКАО-БОБОВ .....</b>	187
Кузьменко С.С., Горелова А.С. <b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ .....</b>	189
Кузьменко С.С., Сазонова Ю.Р. <b>ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ АЛМАЗО- ДОБЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ «АЛРОСА» В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....</b>	191
Охрименко И.Ю., Иванченко А.Я. <b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ .....</b>	194

Пятаченко А.М., Калышкина М.А. <b>ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ .....</b>	197
Пятаченко А.М., Лакомова Т.А., <b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУТСТАФФИНГА В РОССИИ .....</b>	199
Семенов А.А., Ефименкова М.С. <b>ПРОБЛЕМА ОТТОКА КАПИТАЛА ИЗ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: ОБЪЕМЫ, ПРИЧИНЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ .....</b>	201
Семенов А.А., Чайкина А.А. <b>МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА И САНКЦИЙ .....</b>	203
Сердюк В.Н. <b>СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ И СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН МИРА .....</b>	205

## СЕКЦИЯ 1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Бондаренко И.С., к.э.н., доц.,

Пуськова А.А.

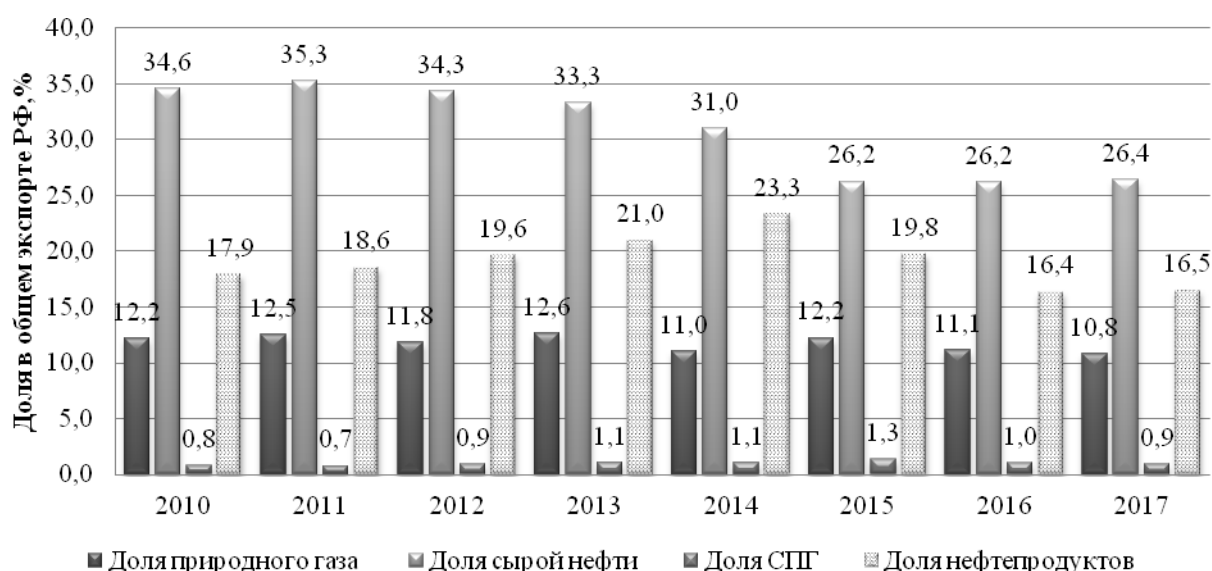
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### ВЛИЯНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ЦЕНЫ НА ПРИРОДНЫЙ ГАЗ НА ДИНАМИКУ КУРСА РОССИЙСКОГО РУБЛЯ

В современном мире роль мирового энергетического рынка возрастает в связи с развитием производства. Рынок природного газа является важной подсистемой энергоресурсного обеспечения экономики и его эволюции. Исследование состояния конъюнктуры мирового рынка газа необходимо для выявления изменений показателей конъюнктуры Российской Федерации, характеризующих спрос и предложение, их соотношения и цен на рынке. Справедливо предположить, что конъюнктура газа крайне изменчива в связи с постоянно растущей численностью населения планеты, изменением объема спроса на него.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что специализация экономики РФ характеризуется сырьевой направленностью, и изменение конъюнктуры сырьевого рынка, в особенности энергоресурсов, оказывают влияния на экономическое развитие страны, объёмы производства, уровень цен, а также курс рубля к ведущим мировым валютам.

Доля сырьевого экспорта Российской Федерации составляет около половины всего экспорта страны. Основными энергоресурсами, которые поставляются на внешний рынок, являются нефть, нефтепродукты и природный газ, что продемонстрировано на рисунке 1:



Составлено автором на основании источника [1]

Рис. 1 – Доля основных энергоресурсов в экспорте РФ в 2010-2017 гг., %

Исходя из данных рисунка 1, можно сделать вывод, что доля сырьевых товаров, за исключение угля, в 2017 г. в Российской Федерации составила 54,6%, что на 0,1 п.п. меньше 2015 г., и на 10,8 п.п. по сравнению с 2010 г. Это связано с изменением экспортной структуры Российской Федерации.

Наибольшее значение экспорт природного газа приобретает в 2014 г. (23,3%), однако в 2015 г. наблюдается уменьшение доли экспорта природного газа на 3,5 п.п., что обусловлено введение санкций против Российской Федерации. Однако в 2017 г. произошёл незначительное увеличение данного показателя на 0,1 п.п. Такая долевая структура экспорта Российской Федерации может говорить о том, что изменение поставок, вышеперечисленных энергоресурсов, на внешний рынок может оказать влияние на экономику страны.

Рассмотрим с помощью метода корреляционно-регрессионного анализа взаимосвязь средней экспортной цены на природный газ и курс рубля к доллару США, т.к. именно американский доллар служит валютой, используемой на биржах, где происходит торговля сырьём, энергоресурсами, и непосредственно природным газом, в таблице 1 и на рисунке 2:

Таблица 1 — Расчетные данные для определения зависимости курса рубля к доллару США и средней экспортной цены на природный газ

Год	Курс долл. США / рос. руб. (y), рос. руб	Ср. цена на газ (x), долл. США/тыс.м <sup>3</sup>	xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
2007	24,55	353,69	8683,1	125096,6	602,7
2008	29,38	249,27	7323,6	62135,5	863,2
2009	30,24	268,48	8118,8	72081,5	914,5
2010	30,48	338,88	10329,1	114839,7	929,0
2011	32,2	348,33	11216,2	121333,8	1036,8
2012	30,37	335,87	10200,4	112808,7	922,3
2013	32,73	313,81	10271,0	98476,7	1071,3
2014	56,26	225,26	12673,1	50742,1	3165,2
2015	72,88	157,4	11471,3	24774,8	5311,5
2016	60,66	181,47	11008,0	32931,4	3679,6
Σ	399,75	2772,46	101294,55	815220,66	18496,12
Ср.значение	40,0	277,2	10129,5	81522,1	1849,6
σ <sup>2</sup>	249,59	4678,56	-	-	-
σ	15,8	68,4	-	-	-

Составлено автором на основании источника [1]

Проверим, подчиняются ли факторный и результативный признаки закону нормального распределения:

$$\sigma_x = \sqrt{x^2 - \bar{x}^2} = 68,4; \quad \sigma_y = \sqrt{y^2 - \bar{y}^2} = 15,8$$

Условие нормальности соблюдается, т.к. с вероятностью 0,997 минимальное и максимальное значения признаков не выходят за пределы: для y [-7,4;87,4], для x [72;482,4].

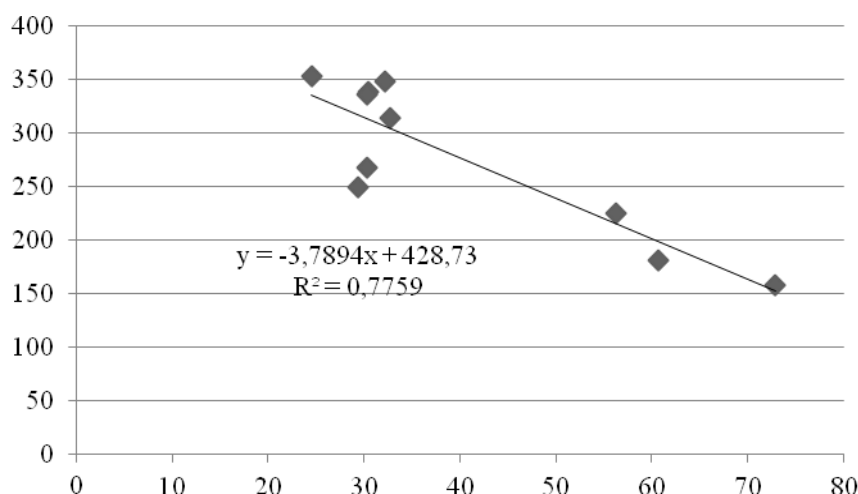


Рис. 2. – Корреляционное поле зависимости курса доллара США к российскому рублю и средней экспортной цены на природный газ

Согласно рисунку 2, при расчете линейного коэффициента детерминации ( $R^2$ ) оказалось, что изменение курса российского рубля на 77,6% объясняется вариацией средней экспортной цены, а другие 22,4% – влияние неучтенных факторов. Согласно с уравнением регрессии (1):

$$y = -3,7894x + 438,73$$

с изменением средней экспортной цены на природный газ на 1 долл. США курс российского рубля изменится на -3,7894 рос.руб.

Исходя из проведенного анализа, можно утверждать, что курс российского рубля в значительной мере подвержен влиянию изменений экспортной цены на природный газ. Это обусловлено тем, что нефтегазовая отрасль продолжает играть значительную роль в формировании доходной базы федерального бюджета Российской Федерации, а значит и имеет влияние на курс национальной валюты страны.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт: Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <[http://www.cbr.ru/statistics/?ch=PAR\\_30241&prtid=svs#CheckedItem](http://www.cbr.ru/statistics/?ch=PAR_30241&prtid=svs#CheckedItem)>

2. Фроловой Е.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения: современное состояние, проблемы и основные тенденции развития [Текст]: учеб. пос. / Е.Д. Фролова, С.А. Лукьянова. – Е: УрФУ, 2016. – 184 с.

## ДИАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ США

Нефтегазовая отрасль и ее конкурентоспособность играют большую роль в обеспечении конкурентоспособности страны на мировой арене в целом.

Оценке диагностики конкурентоспособности нефтегазовой отрасли США были посвящены работы таких экономистов: Мастепанов А.М., Виноградова О.С. и др.

Целью данной работы является анализ и оценку конкурентоспособности нефтегазовой отрасли США.

По данным British Petroleum США занимает третье место в мире по добыче нефти (12,3% от мировой, около 520 млн. тонн в год), имеет около 20,7 млрд. барр. нефти в запасе (1,4% от общемировых), производит примерно 9,7 млн. баррелей в сутки и является лидером по потреблению нефти (около 19,2 млн. баррелей в сутки). Именно сланцевая нефть в США дала возможность этой стране войти в число мировых лидеров по объемам добываемого углеводородного сырья, снизить на внутреннем рынке цены на моторные топлива и стать одним из крупнейших нефтяных экспортёров. В США лидерами по добыче нефти являются компании: WBN Energy (специализируются по сланцевой нефти) и EIA [1].

Основываясь на концепции выявленных сравнительных преимуществ, предложенной Б. Балассой: нефтегазовая отрасль на протяжении 2013-2017 гг. США была не достаточно конкурентоспособна и не имела конкурентных преимуществ при экспорте продукции данной отрасли. Так, значение индекса RCA нефтегазовой отрасли США было меньше 1. В таблице 1 представлен индекс RCA нефтегазовой отрасли США и ряда стран, которые являются ведущими акторами на мировом нефтегазовом рынке [2].

Таблица 1 – Индекс RCA нефтегазовой отрасли стран за 2013-2017гг.

Страна	Годы				
	2013	2014	2015	2016	2017
КНР	0,08	0,09	0,09	0,11	0,14
Иран	3,84	3,80	4,13	5,30	6,86
Катар	4,90	5,03	5,28	7,33	8,47
РФ	3,82	3,99	4,22	5,48	4,98
Сауд. Аравия	4,42	4,65	4,85	6,30	7,42
ОАЭ	2,68	2,82	3,01	3,47	3,34
США	0,48	0,53	0,58	0,60	0,69
Венесуэла	5,04	5,23	5,95	6,98	8,14

Стоит отметить, что в течение периода исследования наблюдался положительный тренд индекса RCA, как для США, так и остальных анализируемых стран. КНР, несмотря на высокое потребление продукции нефтегазовой отрасли, имеет низкий индекс RCA (0,08-0,14 в течение 2012-2016 гг.).

Относительно других стран стоит отметить, что в пятерку стран с наиболее конкурентоспособным экспортом нефтегазовой отрасли в 2013 г. входили Венесуэла (5,04), Катар (4,9), Саудовская Аравия (4,42), Иран (3,84) и РФ (3,82).

Доля продукции американской нефтегазовой отрасли на мировом рынке не превышает суммарную долю США в мировом экспорте, а так же отраслевой импорт значительно выше отраслевого экспорта, что может говорить о том, что продукция американской нефтегазовой отрасли не обладает международной конкурентоспособностью на мировом рынке [3].

Проанализировав значения индексов импортной и экспортной специализации нефтегазовой отрасли США можно сделать выводы, что в начале периода исследования отрасль была вовлечена во внутриотраслевую торговлю, а конце – на внутреннее потребление (см. табл. 2).

Таблица 2 – Динамика коэффициентов импортной и экспортной специализации нефтегазовой отрасли США

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Индекс импортной специализации	2,65	2,41	2,12	1,21	1,02
Индекс экспортной специализации	1,27	1,36	1,37	0,97	0,92

Несмотря на устойчивое развитие отрасли, существует ряд факторов, блокирующих конкурентные преимущества компаний США.

К внутренним факторам можно отнести: 1) недостаточно высокую производительность труда; 2) высокие удельные расходы ресурсов на добычу; 3) сложные горно-геологическими и экономико-географическими условиями разработки многих месторождений; 4) недостаточная развитость сети малых и средних предприятий; 5) отсутствие необходимой инфраструктуры (энергетической, транспортной, электросетевой); 6) проблема обеспечения отрасли квалифицированными кадрами; 7) недостаточное внимание к вопросам окружающей среды.

К внешним факторам можно отнести: 1) усиление экспансии других стран на мировом рынке нефти; 3) падение мировых цен на нефть; 4) высокие внутренние цены на энергоносители и электроэнергию; 5) большие сроки административного согласования проектов и получения специальных разрешений [4].

Таким образом, можно сделать вывод, добыч сланцевой нефти в США будет стабильно развиваться на мировом рынке нефти. По имеющимся прогнозам, пик её добычи придётся на 2016-2020 гг., а затем производство

начнёт снижаться. Маловероятным представляется и то, что увеличение добычи сланцевой нефти в США может привести к заметному снижению цен на нефть на мировых рынках, поскольку себестоимость добычи сланцевой нефти достаточно высока. В итоге, вероятно, основными последствиями станут реиндустриализация энергоёмких секторов промышленности, дальнейшее развитие нефтеперерабатывающего сектора и увеличение экспорта нефтепродуктов, а также снижение отрицательного сальдо торгового баланса США в нефтегазовой отрасли.

Список использованных источников:

1. Мастепанов А.М. Ситуация на мировом нефтяном рынке: некоторые оценки и прогнозы / А.М. Мастепанов // Энергетическая политика. – 2016. – №2– С. 7-20.
2. Medium-Term Oil Market Report 2016. Market Analysis and Forecasts to 2021. OECD/IEA. – 2016, 152 с.
3. Виноградова Ольга Сколько стоит сланцевая нефть / Ольга Виноградова // Нефтегазовая вертикаль. –2014. –№ 3. – С. 16-18.
4. Мастепанов А.М. О современной ситуации на мировом нефтяном рынке и роли нефтяной отрасли США в ее формировании / А.М. Мастепанов // Бурение и нефть. – 2016. – №9. – С. 3-15.
5. Мировой рынок нефти: сложные реалии и умеренные прогнозы. Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ac.gov.ru/publications/>

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Емельченко Д.Д.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ**

В современных условиях хозяйствования недвижимость является неотъемлемой частью мирового национального богатства и национальной экономики. Недвижимость обеспечивает нормальное существование субъектов экономики и выступает основой их хозяйственной и предпринимательской деятельности. Вопросами исследования тенденций развития мирового рынка недвижимости занимались российские ученые Асаул А.Н., Бекетов Н., Ерофеев П.Ю., Старинский, Щербаков А.И., Золотарев И.И. и др., а также зарубежные специалисты Д. Фридмен, И. Ордуэй, Ч. Акерсон и др. Целью работы является исследование специфики функционирования мирового рынка недвижимости. Задачи исследования: рассмотреть общую характеристику мирового рынка недвижимости; исследовать изменения географической и товарной структур мирового рынка недвижимости в современных условиях хозяйствования; сформулировать перспективы развития и функционирования рынка

недвижимости на примере Российской Федерации.

Недвижимость относится к категории товаров, которые на протяжении длительного периода способны сохранять стабильную стоимость, имеющую тенденцию к росту. Стоимость недвижимости подвержена влиянию ряда факторов: социальная конъюнктура, экономическая активность государства, правительственные решения и законодательные изменения, природная среда и т.п.

Структура глобального рынка недвижимости представлена совокупностью региональных рынков. Специфической особенностью недвижимости как товара является то, что она не имеет способности к передвижению. В связи с этим международная интеграция рынка недвижимости в отличие от других отраслевых рынков происходила не благодаря внешней торговли, а путем трансграничных инвестиций и передачи прав.

С начала XXI в. наблюдался процесс роста числа операций на глобальном рынке недвижимости. До ипотечного кризиса в США, количество инвестиций в данном направлении постоянно возрастало. Объем инвестиций увеличился с 2003 г., когда прирост составил 43% [1] в сравнении с предыдущим годом. Одной из главных предпосылок увеличения объема инвестиций является обвал фондового рынка, вызванный кризисом 2000 г. Профессиональные инвесторы традиционно работают с активами, динамика доходности которых не зависит от общей динамики финансовых инструментов. Резкое повышение притока инвестиций в данный сектор экономики неминуемо вызвал кризис. Ипотечный кризис обусловил перераспределение капиталов на глобальном рынке недвижимости. В связи с этим наблюдается тенденция снижения инвестиционной деятельности со стороны крупных фондов. А также переориентация инвестиционной активности на государства Азии и БРИКС.

Трансмодификация российской национальной экономики стимулировала возникновение и постепенное развитие рынка недвижимости. Приток инвестиций в сектор российской недвижимости в 2017 г. составил 21 млрд. долл. [2, с. 129]. Данная тенденция увеличения притока инвестиций свидетельствует об общем оттоке капиталов из развитых экономик, вызванном ипотечным кризисом. Данный кризис продемонстрировал, что оценивать конъюнктуру рынка недвижимости необходимо в рамках развития экономики и международной финансовой системы, а не только в категориях рынка недвижимости.

В настоящий момент процесс формирования российского рынка недвижимости завершен, что характеризуется переходом к интенсивному развитию и относительной стабилизацией количества сделок. Специалисты свидетельствуют о повышении конкуренции в данном сегменте рынка. До 2008 года наблюдалась умеренная конкуренция, а после 2009 г. имеет место тенденция к росту конкуренции и её дальнейшей стабилизации [3, с. 256].

Таким образом, наблюдается тенденция расширения географической структуры мирового рынка недвижимости; рынок недвижимости Российской

Федерации находится на относительно высоком уровне развития, как по числу совершаемых сделок, так и по уровню конкуренции. Целесообразно отметить, что определённый научный интерес представляют вопросы привлекательности конкретных стран и городов с точки зрения престижности, окупаемости и доходности недвижимых объектов, что является задачами дальнейших исследований.

Список использованных источников:

1. Библиографическая ссылка: Информационно-аналитический портал «Индикаторы рынка недвижимости» [Электронный ресурс]. URL: [www.irn.ru](http://www.irn.ru)
2. Бекетов, Н. Глобализация мировой экономики и мировой финансовый кризис / Н. Бекетов // Финансы и кредит. – 2018. – № 25. – С. 126-132.
3. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости / А.Н. Асаул. – СПб.: СПбГАСУ, 2014. – 384 с.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Козлова М. О.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ**

В современных условиях хозяйствования автомобильная промышленность являясь, с одной стороны, крупным потребителем материальных, трудовых и финансовых ресурсов, а с другой одним из основных производителей промышленной продукции, играет значительную роль в развитии общественного производства и мировой экономики. Вопросами исследования тенденций развития мировой транспортной промышленности занимались российские ученые Градова А.П., Кныш М.И., Лифиц М.И. и др., а также зарубежные специалисты Брю Стэнли Л., Лайкер Джеффри, Макконнелл Кэмпбелл Р., Портер Е. Майкл, Риккардо Д., Смит А. и др. Целью работы является исследование специфики функционирования мирового рынка автомобилестроения. Задачи: выявить особенности географической структуры автомобилестроительной промышленности; изучить конъюнктуру потребительского рынка автомобилей на примере Российской Федерации.

Основной тенденцией географических сдвигов в мировой автомобильной промышленности на протяжении XX в. было ее рассредоточение по все большему числу регионов и стран. В 1950 г. в этой отрасли почти безраздельно господствовали США (83 % мирового производства), а 14 % приходилось на Западную Европу, но затем начался переход от такой моноцентрической территориальной модели к более полицентрической. В 1970 г. доля Западной Европы в мировом производстве легковых автомобилей увеличилась до 46 %, а доля Северной Америки уменьшилась до 32 %, началось также формирование третьего мирового центра автомобилестроения в Японии (13 %). В 1980-е гг.

становление и укрепление этих 3 ведущих центров завершается: в 1990 г. Западная Европа производила 40 % всех легковых автомобилей, Япония – 30 % и Северная Америка – 20 %, тогда как все остальные регионы и страны составили 10 % их мирового выпуска [1, с. 45].

В третьем тысячелетии не смотря на то, что развитые страны Запада, по словам Л. М. Синцера, «неохотно передают автомобилестроение на периферию мирового хозяйства» [1, с. 45], бурное экономическое развитие и улучшение уровня жизни населения развивающихся стран расширили географию производства автомобилей и вывели на лидирующие позиции в мировом рейтинге страны Востока и Латинской Америки. Современная расстановка сил в производстве автомобилей - результат более чем полувекового развития. По данным Российского электронного издания "Autovercity" [2] шестерка лидеров по производству автомобилей в 2017 г. выглядит следующим образом: I место занимает Китай (29,1 млн. автомобилей). Следует учесть, что большинство машин продается на внутреннем рынке. Самые популярные бренды китайских автомобилей: BYD, Lifan, Geely, Chery, Great Wall, FAW [2].

II место принадлежит США (11,2 млн. автомобилей). С конца XIX в. именно это государство неизменно возглавляло рейтинг по производству машин. В 80-х г.г. XX ст. автомобилестроение Японии ускорило темпы развития, опередив США, а в 2008 г. первую строчку занял Китай. Самые известные марки автомобилей страны: Cadillac, Ford, Chevrolet, Buick [2].

На III месте среди лидеров автомобилестроения находится Япония (9,6 млн. автомобилей). Производство японских автомобилей с каждым годом уменьшается, но, тем не менее, они остаются популярными. Благодаря демократичному соотношению цены и качества они лидируют по количеству продаж. Наиболее известны следующие марки автомобилей: Toyota, Nissan, Honda, Subaru, Suzuki, Mazda [2].

IV место по производству автомобилей в мире принадлежит Германии (5,9 млн. автомобилей), которая среди европейских стран занимает лидирующую позицию по выпуску качественных транспортных средств. Немецкий автопром широко известен своими брендами: Volkswagen (крупнейший концерн, который вмещает также бренды: Audi, Skoda, Seat, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche) Mercedes-Benz, Opel, BMW [2].

На V месте находится Индия (9,6 млн. автомобилей). На территории государства размещаются заводы многих иностранных концернов, но есть и национальные производства (марки Force и Tata) [2].

VI место в исследуемом рейтинге принадлежит Южной Корее (4,1 млн. автомобилей). Первые несколько десятилетий, начиная с середины XX в., в стране выпускались копии известных европейских моделей, однако потом, подключая иностранных специалистов, начали разрабатываться собственные автомобили: KIA и Hyundai [2].

Рост производства автомобилей в мире обусловлен увеличением потребительского спроса на новые авто. Не стал исключением и

потребительский рынок Российской Федерации. У жителей России в 2017 г. спрос на новые машины возрос на 11,9 % по сравнению с предыдущим годом [3].

В 2017 г. самыми популярными брендами в России по данным Ассоциации европейского бизнеса [3] стали: лидером продаж стала компания АвтоВАЗ. Машины под брендом Lada были реализованы в количестве 311,6 тыс. ед. В 2016 г. результат составил 266 тыс. ед. Общий прирост составил 17 %. II место занимает корейская компания Kia. Во многом успех этого автопроизводителя обусловлен значительным спросом на модель Rio. В результате за год россияне купили 182 тыс. ед. Kia, что на 22 % больше, чем в 2016 г. III место занял представитель южнокорейского автопроизводства Hyundai, машины которого разошлись тиражом в 158 тыс. ед. Прирост продаж составил 9 %. На IV месте по популярности в России автопроизводителем оказалась французская марка Renault. Автомобилей этого производителя в 2017 г. было реализовано более 136 тыс. ед. V место принадлежит компании Volkswagen. Поскольку их автомобили относятся к более дорогому сегменту, за исключением некоторых моделей, спрос оказался не таким высоким, поэтому за год жители Российской Федерации купили 96,5 тыс. ед. автомобилей Volkswagen, что составило на 20 % больше по сравнению с предыдущим годом. VI место занимает японская компания Toyota, которая реализовала 94 тыс. ед. автомобилей в 2017 г. Toyota осталась на том же уровне, как и годом ранее. На VII позиции в рейтинге находится ещё одна компания из Японии. В России было продано 76 тыс. ед. автомобилей Nissan. Прирост продаж составил 8 %. VIII место рейтинга жители Российской Федерации отдали чешской автокомпания Skoda. Всего в стране было продано более 62 тыс. ед. этих машин. Прирост составил 12 % по сравнению с 2016 г. На IX место вышла компания ГАЗ. Это связано с тем, что аналитическая компания учитывала результаты продаж легковых автомобилей и лёгкого коммерческого транспорта. В этом компоненте у ГАЗ практически не оказалось конкурентов, поэтому на долю производителя приходится более 58,6 тыс. ед. проданных машин. Динамика продаж составила 5 % в 2017 г. по сравнению с предыдущим годом. На X месте рейтинга находится американская компания Ford, чьи автомобили пользуются спросом. В 2017 г. компании удалось реализовать 50 тыс. ед. новых авто. По сравнению с 2016 г. прирост продаж компании составил 18 %. Относительно китайского автомобилестроения компания Geely сократила свои продажи на 50 % по сравнению с 2016 г., а бренд Changan увеличил продажи в 2017 г. на 161 %. Если за 2016 г. в России было реализовано 75 ед. автомобилей компании Foton, то в 2017 г. их оказалось 534 ед., т.е. динамика роста составила 612 % [3].

Таким образом, из всего вышеперечисленного следует, что в последние годы наблюдается тенденция расширения географической структуры мировой автомобилестроительной промышленности, авторынок Российской Федерации стремительно растёт, как по темпу продаж, так и по количеству предлагаемых брендов.

Список использованных источников:

1. Синцеров, Л.М. Сдвиг мировой автомобильной промышленности в развивающиеся страны [Текст] / Л.М. Синцеров, Д.А. Трофимов // Известия РАН. Серия географическая. 2015. – № 2. – С. 43–50.
2. Autovercity [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autovercity.ru/statistics/production/2017/>
3. Ассоциация европейского бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aebrus.ru/ru/aeb-committees-and-working-groups/industrial/>

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Соколик Д.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ**

Современные процессы глобализации, растущая международная конкуренция и политические изменения, а также поставленные правительством Российской Федерации цели долгосрочного развития, направленные на обеспечение высокого уровня благосостояния населения, закрепление геополитической роли страны как одного из мировых лидеров предопределяют объективную необходимость перехода экономики России на инновационную социально ориентированную модель развития, необходимость формирования экономики лидерства и инноваций. Вопросами развития нефтеперерабатывающей отрасли занимались и занимаются многие зарубежные и отечественные ученые, такие как: Д.И. Менделеев, В.Г. Шухов, А.А. Тавризов, А.А. Летний, Дж. Юнг, С.В. Лебедев, Г.Г. Густавсон и другие, тем не менее, некоторые аспекты этой научной проблемы не были изучены в полном объеме и требуют дальнейшего рассмотрения.

Целью работы является определение специфики развития мировой нефтеперерабатывающей отрасли.

Задачи исследования: изучить общие особенности развития мировой нефтеперерабатывающей отрасли; рассмотреть внедрение инноваций в данную сферу.

Изучая данную тему, нельзя не обратить внимание на страны по добыче и переработки нефти ОПЕК. В его состав входят 15 стран: Алжир, Ангола, Венесуэла, Габон, Иран, Ирак, Конго, Кувейт, Катар, Ливия, Объединённые Арабские Эмираты, Нигерия, Саудовская Аравия, Экваториальная Гвинея и Эквадор. Основные лидеры ОПЕК на вторую половину 2017 г. составляют мировой рынок нефтепродуктов в таком соотношении: Саудовская Аравия – 13,23 %, Иран – 4,25 %, Ирак – 4,24 %, Кувейт – 3,9 %, ОАЭ – 3,81 % и Венесуэла – 3,65 % [4].

Нефтеперерабатывающая отрасль относится к числу стратегических отраслей российской экономики, так как продукция секторов нефтепереработки

потребляется практически всеми отраслями промышленности. Вместе с тем, по целому ряду показателей отрасль существенно отстает в развитии от большинства постиндустриальных стран. Стремительное развитие мировой нефтеперерабатывающей отрасли ведет к быстрому внедрению инновационных технологий в добычу и переработку нефти.

Основными тенденциями развития нефтеперерабатывающей отрасли России являются следующие: 1) тенденция увеличения себестоимости нефти; 2) рост мирового потребления энергоносителей на фоне постепенного повышения мировых цен на нефть; 3) структурные изменения на мировом рынке химической и нефтехимической продукции; 4) неэффективная структура экспорта российских нефтепродуктов; 5) угроза дефицита высокооктановых видов топлива на внутреннем рынке Российской Федерации; 6) низкая конкурентоспособность российских масел на внутреннем рынке [1, с. 286].

Для оценки инновационного развития следует охарактеризовать 3 составляющие: научный сектор, промышленность и инновационную инфраструктуру. Важны характеристики этих составляющих как в целом по стране, так и применительно к отрасли нефтепереработки.

Россия находится на 2 месте в мире по добыче нефти и газа. По данным второй половины 2017 г. доля Российской Федерации в добыче мировой нефти составляет 13,92 %, в добыче газа – 18,3 %. Более 14 % ВВП страны обеспечено добычей и продажей нефтепродуктов. 13 % мировых запасов нефти находится на территории России, которая занимает 7-е место в мире по данному показателю. К концу 2017 г. российская нефтеперерабатывающая промышленность собирается установить новый рекорд. Это стало возможным благодаря началу разработки новых месторождений в Западной и Восточной Сибири [4].

Немаловажной характеристикой развитой нефтеперерабатывающей отрасли является и доля процессов вторичной переработки нефти на нефтеперерабатывающих производствах.

Абсолютным мировым лидером в переработке нефти является США (11,8 % от общего мирового объема нефтепереработки за 2017 г.). На втором месте Китай (5,71 %), что говорит об использовании США передовых технологий в исследуемой сфере [2, с. 299].

Основой российского экспорта традиционно являлись топливно-энергетические товары, в том числе продукты нефтепереработки, удельный вес которых в 2017 г. в товарной структуре экспорта составил 63,9 % (в январе-мае 2017 года – 63,7 %). В товарной структуре экспорта в страны дальнего зарубежья доля этих товаров составила 67,6 % (в январе-мае 2017 года – 67,9 %), в страны СНГ – 37,6 % [3].

Доля импорта топливно-энергетических товаров в январе-мае 2018 г. осталась на прежнем уровне прошлого года и составила 0,9 %. В товарной структуре импорта из стран дальнего зарубежья доля этих товаров составила 0,5 % (в январе-мае 2017 г. – 0,4 %), из стран СНГ – 4,5 % [2, с. 298].

В Российской Федерации функционирует значительное количество

нефтеперерабатывающих заводов: Роснефть, Лукойл, Башнефть, ТНК-ВР и другие, которые в среднем за год обрабатывают 20 млн. тонн нефти в год [3].

Несмотря на рост расходов на инновации и модернизацию на предприятиях отрасли, учитывая длительные сроки внедрения инновационных технологий, можно заключить, что добиться увеличения среднего по отрасли индекса сложности Нельсона к 2019 г. до 7,3, в соответствии с задачами энергетической стратегии – 2030, скорее всего не удастся [1, с. 267].

Таким образом, оценка динамики показателей инновационного развития предприятий нефтеперерабатывающей отрасли показала, что принимаемые сегодня меры недостаточно эффективны. В 2017 г. задачи государственной инновационной стратегии не находят отражения в значимых качественных изменениях социально-экономической системы и основных показателях инновационного развития отрасли, таких как глубина нефтепереработки и значение индекса Нельсона.

Список использованных источников:

1. Долгов, Ю.В. Оценка инновационного развития отрасли нефтепереработки [Текст] / Ю.В. Долгов, Н.Я. Калюжнова. – Иркутск: ВЕСТНИК ИрГТУ. – 2015. – №10. – 354 с.

2. Латыпова, К.Д. Инновационные перспективы нефтеперерабатывающей отрасли РФ [Текст] / К.Д. Лапытова. – М., Минэкономразвития России, 2017. – 391 с.

3. Чернышева, Е.А. Проблемы и пути развития глубокой переработки нефти в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://burneft.ru/archive/issues/2011-05/2>

4. Портал о нефти Neftok. Объем добычи нефти стран-лидеров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neftok.ru/dobycha-razvedka/obem-dobychi-nefti.html>.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Низовец Ю.В.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Развитие экономической системы и экономики в целом, является очень важным аспектом в углублении и формирования различных стран мира.

Сначала хотелось бы отметить, что в современной экономики есть два очень важных понятия, которые имеют свои родственные связи, такие как: интернационализация и глобализация. Интернационализация – это начальный этап развития, который взаимодействует между несколькими субъектами мирового хозяйства и экономики [4]. А глобализация – это формирование и развитие экономических отношений, которые охватывают так же мировое

хозяйство и экономическую сферу в целом.

Изучив некоторые точки зрения учёных по определению, мною была составлена такая трактовка как «глобальная экономическая система» – это сформировавшаяся, единая система, которая имеет многоступенчатую структуру и масштабные процессы, охватывающий весь сектор экономики в целостную систему экономических отношений всех стран мира.

Наряду с системным развитием материально-технической базы производства наиболее развитые страны начали важное продвижение к созданию новейшей системы экономических отношений глобального характера. Такой французский экономист, как П. Самуэльсон, который своей деятельностью и своими научными работами доказал, большинство существующих экономических принципов и положений в сфере экономики. И уже сейчас на примерах его работы, можно выделить такие направления, которые вызывают становление системы глобальных экономических отношений [5]. Направления представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Становление системы глобальных экономических отношений

<b>Виды экономических отношений</b>	<b>Особенности современного этапа глобализации</b>
Собственность	Глобализация ТНК. Глобализация частей государственной собственности при экономической интеграции национальных хозяйств
Кооперация и разделение труда	Международная кооперация макросистем на базе международного разделения труда
Формы организации хозяйства	Плановая организация объединившихся корпораций. Открытые рыночные макроэкономики, взаимодействующие по единым правовым нормам
Управление глобальными отношениями	Международные экономические и финансово-кредитные организации (МВФ, ВТО, МОТ и др.)

Однако хотелось бы отметить, что если сохранять роль мирового лидера по многим важнейшим направлениям материально-технического или же научно-технического прогресса, то многие развивающиеся страны при этом показывают чрезвычайно высокую степень адаптации, которые постоянно меняются в условиях развития экономики. Эти перемены происходят не просто на базе технологических инноваций, но в непрерывном и довольно сложном взаимодействии техники, технологии, экономических и социально-политических факторов.

Основное направление развитию глобальной экономической системы, определяется в улучшении и расширении связей между людьми и государствами, что в результате открывает свое отражение во всех процессах формирования рынка трудовых ресурсов, товаров и капитала, развития информационных технологий, развития и формирования инфраструктуры для

экономики, что может в последствии привести к резким конфликтами между различными государствами и странами [6].

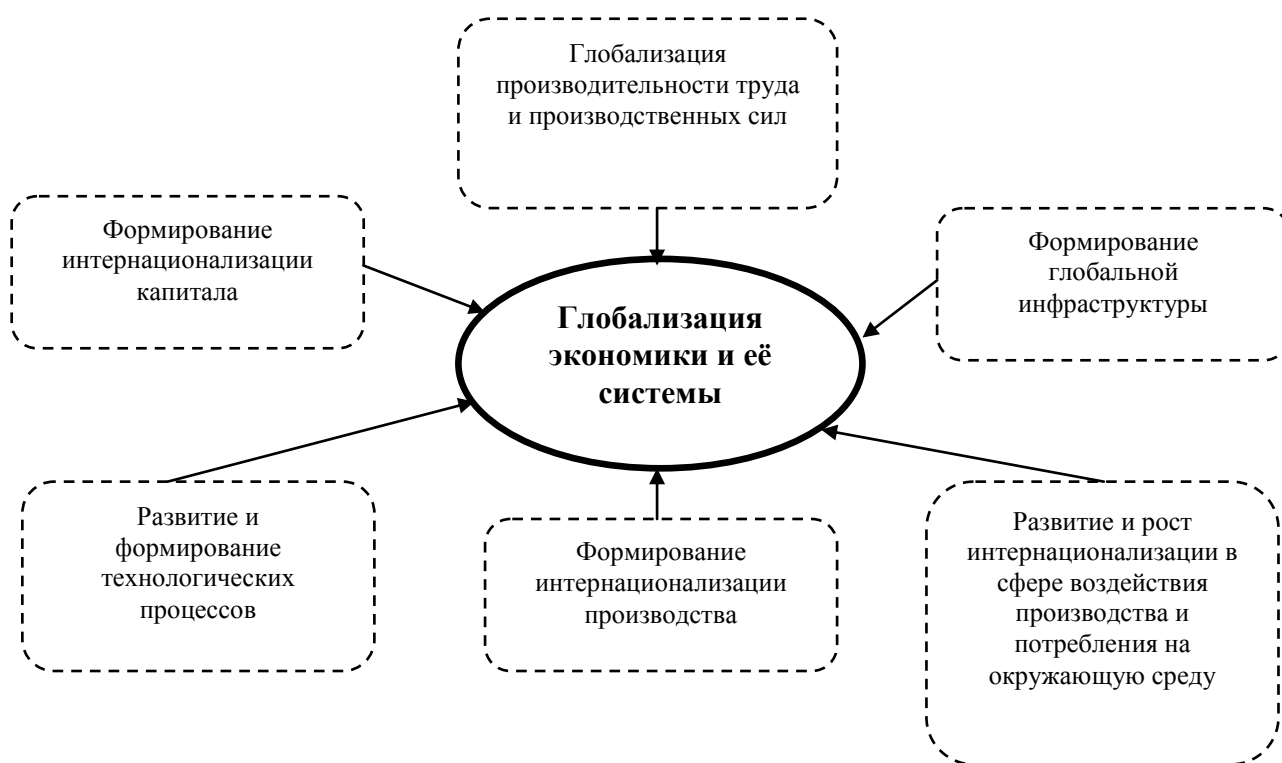


Рис 1. – Направления развития глобализации экономической системы

Относительно этому, можно сформулировать следующие тенденции и предпосылки развития глобальной экономической системы:

- открытие новых информационных технологий и формирование глобальных сетевых и программных систем;
- демографический прогресс, то есть увеличение численности населения в отдельных странах мира;
- сильная конкуренция на мировых и международных рынках, формирование процессов интернационализации капитала;
- развитие экономических процессов в мировом масштабе;
- усиление большого масштаба техногенного давления на окружающую среду и повышение актуальности экологических проблем;
- инфраструктурный прогресс, то есть формирование и развитие европейских стран и развивающихся;
- укрепление и повышение уровня технологий, внедрение нанотехнологий;
- повышение уровня квалификации специалистов и учённых, особенно в развивающихся странах мира;
- странами и решения данных проблем глобальной экономики.

Таким образом, для улучшения и стабильного роста экономики, просто необходимо развивать экономическую систему, рассматривать предложенные тенденции по развитию глобальной экономики и внедрять новые, более

современные и актуальные тенденции, изучать и осваивать все недостатки глобализации, искать пути решения, и исходя из этого, решать проблемы в сфере экономики. Тем самым развивать экономику и её систему во всех странах мира, поддерживать стабильность экономики и совершенствовать самые новейшие тенденции для создания высоко уровня экономических приоритетов.

Список использованных источников:

1. Ахметова, Д. Механизм развития производственного сектора экономической системы / Д. Ахметова. – М.: Бибком, 2017. – 135 с.
2. Минаев, С.В. Глобальная экономика 2012-2013 годы. Аналитический обзор / С.В. Минаев. – М.: Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2015. – 148 с.
3. Шимко, П.Д. Оптимальное управление экономическими системами. Учебное пособие / П.Д. Шимко. – М.: Бизнес-пресса, 2016. – 240 с.
4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов; под ред. проф. Л.И. Скворцова. – 26-е изд., перераб. и доп. – М.: ООО «Издательство Оникс»: «Издательство «Мир и Образование», 2008. – 213 с.
5. Тенденции глобализации всемирной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studref.com/401985/ekonomika/tendentsii\\_globalizatsii\\_vsemirnoy\\_ekonomiki](https://studref.com/401985/ekonomika/tendentsii_globalizatsii_vsemirnoy_ekonomiki)
6. Глобальная экономическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/ekonomika/ekonomicheskaya\\_sistema/globalnaya\\_ekonomicheskaya\\_sistema](https://spravochnick.ru/ekonomika/ekonomicheskaya_sistema/globalnaya_ekonomicheskaya_sistema)

Пятаченко А.М., ассистент,  
Николаева К.Э.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **РЫНОК ИНЖИНИРИНГОВЫХ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Рынок инжиниринга является важной составляющей любой развитой экономики, а спектр предоставляемых на мировом рынке инжиниринговых услуг постоянно расширяется. Используя передовые достижения науки в решении производственных задач, инжиниринг способствует ускоренному росту выпуска инновационной продукции и увеличению инвестиционной привлекательности промышленности.

Рынок инжиниринговых услуг в России на сегодняшний день значительно отстает от западного и находится в стадии становления. В 2013 г. распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена «дорожная карта», в рамках которой предложены этапы и механизмы развития отечественной индустрии инжиниринга и промышленного дизайна. При участии государства активно формируется сеть инжиниринговых центров, задача которых заключается в поддержке производственных предприятий различных отраслей промышленности, реализации проектов по их

модернизации и повышению технологического уровня.

Инжиниринг как вид экономической деятельности охватывает все стадии жизненного цикла продукта: появление замысла, разработку эскиза или макета, внедрение в производство, маркетинг и выведение продукта на рынок, сервисное обслуживание и заключительную стадию – утилизацию

Ниже в таблице 1 рассмотрим факторы, сдерживающие развитие рынка инжиниринговых услуг в России.

Таблица 1 – Факторы, сдерживающие развитие рынка инжиниринговых услуг в России

Направление фактора	Входящее в данный фактор
Организационно-управленческие	Несовершенство нормативной базы; недостаток конкурентоспособной высококвалифицированных кадров; отсутствие стандартных видов инжиниринговых услуг.
Финансово-экономические	Недостаток ресурсов для инвестиций в производство для маленьких компаний; длительный период окупаемости проектов создания инжиниринговых центров на базе частных компаний.
Технологические	Устаревшая материало-техническая база для исследований; отсутствие или недостаток у компаний-заказчиков по опыту работы по полному циклу проектирования.
Структурные	Неразвитость инжиниринговой инфраструктуры; отсутствие системы страхования ответственности инжиниринговых компаний; высокие барьеры входа в рынок инжиниринговых услуг.

Принципы осуществления проектной и инжиниринговой деятельности в российской и зарубежной практике серьезно различаются как с нормативно-правовой точки зрения, так и с позиции исторически сложившихся в нашей стране структуры и модели деятельности инжиниринговых компаний. Для выхода российских инжиниринговых компаний на мировые рынки инновационной конкуренции высока потребность в специалистах, обладающих междисциплинарными знаниями и навыками в нескольких научных и технических областях: проектировании, конструировании, маркетинге.

Актуальным является вопрос мониторинга состояния рынка инжиниринговых услуг. Отсутствуют регулярные и достоверные статистические данные об объемах рынка, его структуре и распределении между инжиниринговыми компаниями, кадровом составе компаний, применении современных технологий, что затрудняет проведение анализа эффективности реализации государственных программ, направленных на поддержку инжиниринговой деятельности.

Положительным фактором является переход в 2017 г. на новые версии Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2) и Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2), гармонизированные с европейскими стандартами. В новых версиях сформированы собирательная классификационная группировка видов экономической деятельности «Сектор инжиниринговых услуг и промышленного дизайна» и собирательная классификационная группировка услуг, оказываемых организациями сектора инжиниринговых услуг и промышленного дизайна (Gershman, Gokhberg, Kuznetsova, 2016). Это позволит начать формирование и опубликование официальной статистической информации индустрии инжиниринга на постоянной основе.

Необходимо дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предприятий в сфере инжиниринга, и приведение ее в соответствие с международными стандартами, а также разработка правовых, экономических и организационных механизмов, регламентирующих взаимоотношения участников инжиниринговой деятельности. Для решения проблемы кадрового обеспечения необходима разработка современных программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в области инжиниринга с участием образовательных организаций высшего образования и научных организаций.

В качестве экспертов для решения целого ряда актуальных проблем в сфере инжиниринга следует более активно привлекать представителей профессионального сообщества.

Список использованных источников:

1. Осьмаков В.С., Пастухов В.А. Методические материалы по реализации механизмов поддержки деятельности в области инжиниринга и промышленного дизайна. – М.: «Onebook.ru», 2014. – 92 с.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Пилипенко М.И.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ЭВОЛЮЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ**

Для того чтобы определить главные черты экономики, используется понятие «экономическая система». В литературе не сложилось единого определения экономической системы [1]. Проанализировав научные работы зарубежных и отечественных авторов, по теме экономическая система, было создано авторское определение: экономическая система – это комплекс взаимозависимых экономических звеньев, которые образуют определенное единство, экономическое устройство общества; общность отношений,

складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ, т.е. объединение человека и общественного производства. Но также можно анализировать и другие определения. Если человек – деятельный созидатель и во имя его осуществляется производство, то к экономической системе ближе определение как отношения между людьми по поводу производства и присвоения жизненных благ.

Экономическая система эволюционирует и существует под влиянием усовершенствования отношений собственности и технологического способа производства, соединенного со сферой исполнения производительных сил.

Экономическая система – это индивидуальная конфигурация построения экономики. В качестве критерия того или иного типа системы чаще используется преобладающая форма координации действий хозяйствующих субъектов (рынок, команда, традиции).

Экономическая система на уровне, как национального хозяйства, так и мирового, это есть достоверный порядок, уклад в экономических отношениях между субъектами хозяйствования.

Сегодня экономические отношения, предъявляющие сущностную основу экономической системы, пребывают под воздействием международных организаций.

К концу XX в. прагматично все высокоразвитые страны (независимые и признанные ООН), которых около 200, стали членами различных международных организаций. Участниками Международного валютного фонда (МВФ) к концу второго тысячелетия являлись 183 страны, 180 государств являлись участниками Всемирного банка (ВБ). Свыше 130 стран входят во Всемирную торговую организацию (ВТО), более 100 стран являются участниками Всемирной организации труда (ВОТ) и т. д. Государства, которые на добровольных началах стали участниками международных организаций, обязаны выполнять их уставы и требования.

Похожие организации были созданы преимущественно по окончании – Второй мировой войны.

Одновременно с ведущими международными организациями, социально-экономические отношения (связи) координируются соглашениями между государствами, встречами глав правительств, заключениями международных форумов и конференций. Это благоприятствует обновлению курса и динамизму усовершенствования экономической системы.

В условиях глобализации главным субъектом экономической системы выступают межнациональные и наднациональные организации, владеющие функциями, как в сфере производства, так и в сфере обращения [2].

Мировая экономическая система со значительными барьерами выходит из самой весомой за последние шесть десятилетий рецессии. К тому же мировой финансовый кризис 2007 г. усугубил состояние экономики всех без исключения стран.

По расчетам аналитиков, основным драйвером начавшегося восстановления глобальной экономической системы после кризиса могут стать

государства группировки БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай; с принятием ЮАР - БРИКС). Их рынки будут расти от трех до пяти раз быстрее, чем перенасыщенные рынки развитых стран. Детонатором развития восточных гигантов явится внутренний спрос [1].

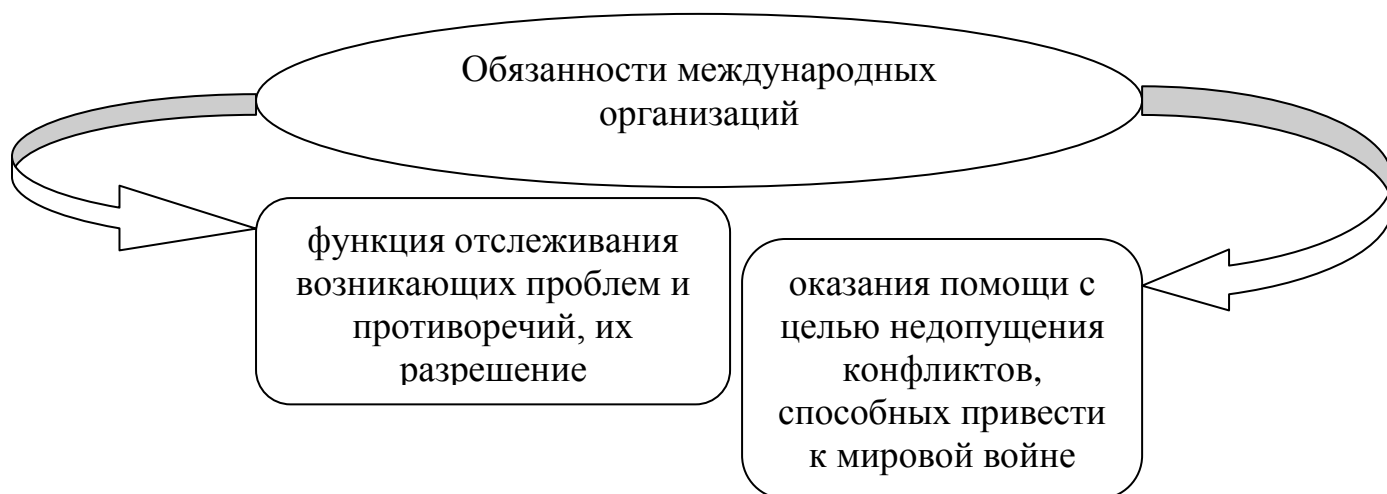


Рис. 1 – Ответственность международных организаций

Мировая экономическая система, к сожалению, не в состоянии избавиться от постоянных локальных войн. Для немногих стран военный бизнес и овладение углеводородного сырья приносит прибыль и обеспечивает материальное благополучие. В то же время, во избежание или спада финансовых ударов, национальная экономическая система каждой страны обязана обновляться прогрессивными моделями развития с учетом имеющихся возможностей.

Образовавшаяся объективная данность, как показал финансовый кризис, безотлагательно запрашивает восстановить приоритет производства над денежным обращением. Денежные потоки, эмиссия денег, а в целом и монетарная политика государств должны быть поставлены на научную основу.

Список использованных источников:

1. «Экономическая система» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
2. «Глобализация экономической системы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Семенов А.А., к.э.н., доц.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Включаясь в объединительные, интеграционные процессы, их участники ставят определенные цели, решают определенные задачи. В различных

исследованиях выделяются определенные цели, задачи, мотивы и причины, которыми руководствуются экономические субъекты, участники процессов слияний и поглощений. Так, Ганс Баккер и Джерен Хелминк с учетом форм осуществления объединительных соглашений различают следующие цели: при слияниях – экономия на масштабах, финансовые выгоды, защитные мотивы, объединение долей рынков; при поглощениях – сокращение расходов, совместная разработка продуктов, выгоды от объединения рыночных сегментов, рост производства, диверсификация; при внутренней интеграции – сокращение расходов, рост потребности в контроле [1, 54]. Пьеро Моросини и Стеджер Ульрих выделяют такие цели, как расширение сферы бизнеса, трансформация бизнеса, перераспределение финансовых ресурсов, увеличение прибыли, и т.д. [2, 18-19, 26-27]. Тони Гранди пишет, что обоснованными обычно выступают следующие причины, которые можно представить как цели: получение настоящего и ощутимого эффекта масштаба, который проявится в снижении внутренних и внешних расходов; избавление от части накладных расходов, которые увеличивают добавленную стоимость; получение какого-то товара или услуги, которые без особых усилий возможно успешно продавать через существующие каналы распределения [3, 12]. Майкл Портер обращает внимание на то, что «приобретения за границей могут служить двум целям. Одной из них является получение доступа к иностранному рынку или к определенным навыкам и умениям. В этом случае задача включения купленной фирмы в глобальную стратегию достаточно сложная, но она поднимает ряд вопросов. Другой причиной приобретения за границей является получение доступа к очень благоприятному «национальному ромбу» [4, 660-661].

Анализ позволяет сгруппировать цели слияний и поглощений в две категории. Ведущая роль в процессе слияний и поглощений принадлежит первой категории целей, которая включает в себя стратегические, или наступательные цели. Основное содержание данной категории целей заключается в том, чтобы в процессе слияний и поглощений выбиться в лидеры или закрепить позиции лидера на том или ином рынке. Достижение данной цели требует решения двух основных задач: повышение конкурентоспособности и эффективности бизнеса компании в результате слияний и поглощений.

Вторая категория целей слияний и поглощений включает так называемые защитные цели, которые проявляются в кризисные периоды и заключаются в спасении бизнеса участников слияний и поглощений, обеспечении его безопасности от угроз банкротства, от тех или иных рисков, кризисов, от давления и угроз со стороны конкурентов. Подобные цели достигаются на основании решения таких задач, как: ограничение доступа на определенный рынок, в определенную сферу бизнеса новых компаний, фирм и других экономических субъектов; ликвидация или нейтрализация определенных конкурентов; изменение, формирование рациональной, более эффективной организационной фирменной структуры. Таким образом, защитные цели и задачи, которые из них вытекают, направлены, с одной стороны, на спасение

бизнеса, с другой, – на сохранение его конкурентоспособности.

Сохранение, а иногда и повышение конкурентоспособности в процессе слияний и поглощений достигается двояким образом. Во-первых, посредством улучшения положения объединяющихся компаний за счет укрепления конкурентных позиций в определенной сфере, на определенном рынке; спасения поглощаемой (сливающейся) местной нездоровой, «больной» (ailing) компании, которая иначе должна была бы «покинуть данный рынок»; приобретения преимуществ (в т.ч. новых технологий, специалистов, более рациональной системы менеджмента, маркетинга, определенных ниш, секторов рынков, и т.д.) объединяющихся компаний; сокращения количества конкурентов, обслуживающих внутренний рынок приобретенных фирм, когда иностранная компания-покупатель уже функционировала на данном рынке. Во-вторых, посредством приобретения кризисных, нездоровых местных компаний с потенциально положительным эффектом и сокращения степени конкуренции на основании монополизации слияний и поглощений.

Таким образом, в кризисных условиях основные цели и задачи объединяющихся компаний остаются прежними – конкурентоспособность и эффективность бизнеса, однако дополняются еще группой целей и задач, которые связаны с проблемой выживания компании – спасении бизнеса как такового, обеспечении его безопасности от угроз банкротства, от различных рисков, кризисов, от давления и угроз со стороны конкурентов.

Список использованных источников:

1. Баккер, Г., Хелминк, Дж. Как успешно объединить две компании [Текст] / Г. Баккер, Дж. Хелминк. Пер. с англ. – Минск: Гревцов Пабlishер. – 2008. – 288 с.
2. Моросини, П., Ульрих, Ст. Управление комплексными слияниями. В помощь руководителю компании, использующей стратегии М&А [Текст] / П. Моросини, Ст. Ульрих. Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 304 с.
3. Гранди, Т. Слияния и поглощения. Как предотвратить разрушения корпоративной стоимости, приобретая новый бизнес [Текст] / Т. Гранди. Пер. с англ. – М.: Эксмо. – 2008. – 240 с.
4. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. [Текст] / М. Портер. Пер. С англ. – М.: «Международные отношения», 1993. – 896 с.

Семенов А.А., к.э.н., доц.,  
Суханова А.Н.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НЕФТИ**

В современных экономических условиях наиболее значимым

минеральным энергоресурсом, а в мировой торговле – стратегически важным товаром является нефть. Из-за сравнительной неравномерности распределения мировых запасов нефти и их ограниченности, происходит борьба между государствами и их группами (союзами) за разработку новых месторождений.

По данным статистического обзора British Petroleum, в 2017 г. доказанные мировые нефтезапасы совместно составляли 1696,6 млрд. баррелей. Доказанными являются геологические резервы, которые возможно извлечь при существующих технологиях в данных экономических условиях. С 1997 г. данный показатель значительно увеличился, повысившись на 534,5 млрд. баррелей.

Крупнейшими мировыми производителями нефти являются Соединенные Штаты Америки, Саудовская Аравия, Российская Федерация. На данные страны в 2017 г. приходилось соответственно 13,0%, 12,8% и 12,6% мировой добычи нефти [3].

За счет освоения в Америке керогеновых месторождений нефти, добыча нефти увеличивается быстрыми темпами [1]. В 2017 г. объем добычи составил 571,0 млн. т. Это на 5,4% выше, чем в 2016 г. Увеличение объемов добычи – результат осуществления проектов, которые позволят обеспечить внутренних потребителей собственным топливом и впоследствии выйти на мировой рынок нефти. По объему добычи нефти США опережают Саудовскую Аравию (561,7 млн. т/год – 12,8%), почти втрое превысив показатель добычи Китая – ближайшего конкурента (191,5 млн. т/год – 4,4%) [3].

Длительный период добыча нефти в Канаде исключительно велась из традиционных резервуаров. При этом государство продемонстрировало существенный рост производства в последние годы, за счет добычи битумов (из нефтяных песков Альберта). В 2017 г. объем добычи в Канаде составил 236,3 млн. т (5,4% от мировой добычи). За 10 лет страна увеличила объем добычи нефти на 81 млн.т. [2].

Из числа ближневосточных стран, крупными производителями нефти считаются Иран (234,2 млн. т – 5,3%), Ирак (221,5 млн. т – 5,0%), ОАЭ (176,3 млн. т – 4%) и Кувейт (146,0 млн. т – 3,3%) [3]. В регионе добыча нефти требует относительно невысоких затрат и никак не предполагает научно-технических сложностей, однако в регионе значительно высоки общественно-политические риски.

Стабильно остаются основными потребителями нефти цивилизованные государства. Потребление развивающихся стран стремительными темпами возрастает последние годы, в процентном соотношении, при этом их уровень приблизился практически к уровню развитых стран. В таблице 1 представлены крупнейшие страны-потребители нефти.

США всё также остается главным потребителем нефти в мире. Это говорит о высоком уровне промышленного развития страны и о её зависимости от нефти. Невзирая на сланцевую революцию, в США добывают в пределах 12% (от мировой добычи нефти в год), а потребляют приблизительно 20% [3]. На втором месте находится Китай (13,2%), на третьем – Индия (4,8%). Также

крупнейшими потребителями нефти являются: Япония – 4,1% и Россия – 3,3%.

Таблица 1 – Крупнейшие страны-потребители нефти в 2016-2017 гг. [3]

Страна	2016	2017	Темп роста, %		
			2016	2016-2017	Доля 2017
США	907,6	913,3	0,9 %	-0,7 %	19,8 %
Китай	587,2	608,4	3,9 %	5,0 %	13,2 %
Индия	217,1	222,1	2,6 %	5,2 %	4,8 %
Япония	191,4	188,3	-1,4 %	-2,5 %	4,1 %
Россия	152,5	153,0	0,6 %	1,3 %	3,3 %

Нефть является не только основным сырьем для органического синтеза, но и довольно удобным и компактным энергоносителем, сырьем для производства бензина и химических продуктов. Перед иными источниками энергии нефть характеризуется определенным преимуществом, так как имеет высокую теплоту сгорания и с точки зрения технологического использования – проста.

Одними из явных проблем потребления и производства нефти являются: загрязнение окружающей среды; дефицит нефти, исходя из этого необходимость альтернативных видов топлива; транспортировка через трубопроводы, которые подвержены механическим повреждениям.

Перспективными аспектами развития рынка нефти являются: разработка новых месторождений; интеграция и сотрудничество между странами-производителями; эффективное размещение перерабатывающих предприятий.

Список использованных источников:

1. Мировые запасы нефти [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://global-finances.ru/mirovyie-zapasyi-nefti/>

2. Место России на мировом сырьевом рынке [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://ecodelo.org/v\\_mire/35527-mesto\\_rossii\\_na\\_mirovom\\_syrevom\\_ynke-statia](https://ecodelo.org/v_mire/35527-mesto_rossii_na_mirovom_syrevom_ynke-statia)

3. BP Statistical Review of World Energy June 2018 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/en/corporate/pdf/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf>.

Шеремет Т.Г., к.э.н., доц.,

Купцова В.А.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## ВСЕМИРНЫЙ БАНК И ЕГО КРЕДИТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РФ

Международное кредитование как форма международного сотрудничества в глобальной экономической системе тесно связано с деятельностью

международного института Всемирный банк, который в настоящее время представляет группу международных организаций, состоящую из: Международного банка реконструкции и развития (МБРР); Международной ассоциации развития (МАР); Международной финансовой корпорации (МФК); Многостороннего агентства гарантирования инвестиций (МАГИ); Международного центра по урегулированию инвестиционных споров (МЦРИС).

Членами Всемирного банка (ВБ) как международной организации являются 189 стран мира. Количество голосов каждой из них зависит от доли в капитале банка. Совет директоров как высший руководящий орган ВБ расположен в штаб-квартире в Вашингтоне. Двадцать членов Совета директоров представляют группу пяти стран-членов крупнейших акционеров, а именно: США (16,4% акций); Япония (7,9% акций); Германия (4,5% акций); Великобритания (4,3% акций); Франция (4,3% акций).

К основным направлениям деятельности ВБ, официально указанным в уставе организации, относятся:

- финансирование госпрограмм развития и реконструкции;
- помощь беднейшим странам, борьба против голода и нищеты;
- поощрение и поддержка глобального партнерства;
- мат. стимулирование устойчивого развития окружающей среды;
- улучшение охраны материнства и детства, борьба с ВИЧ / СПИД и массовыми инфекционными заболеваниями

Средства банка состоят из капитала, накопленного за много лет и пополняемого взносами стран-членов, а также выручки от продажи облигаций банка.

Согласно годовой отчетности ВБ в 2017 г. МБРР предоставил 17861 млн. долл. США, МАР – 12668 млн. долл. США. Рассматривая региональное распределение средства предоставлялись следующим образом: в Африку направлено 23% средств (хотя из МАР было выделено 6623 млн., из МБРР 427 млн.), в Южную Азию – 18%, в Восточную Азию и Тихоокеанский регион – 17%. В 2017 финансовом г. МБРР привлек сумму 56 млрд. долл. США, путем выпуска облигаций в 24 валютах. Согласно Standard & Poor's, облигации имеют высший рейтинг надежности. Следовательно, такие облигации подходят не только для корпораций, но и для традиционно осторожных страховых компаний и пенсионных фондов. При этом МАР финансируется в значительной степени за счет взносов государств-партнеров из числа развитых стран и стран со средним уровнем дохода. Кроме того, часть денег идет из дохода МБРР. С 2016 г. МАР имеет наивысший рейтинг кредитоспособности. [2]

РФ вступила в Группу Всемирного банка 16 июня 1992 г., став соответственно членом входящих в его структуру МБРР, МФК, МАР и МАГИ. Доля страны в капитале этих организаций составляет порядка 3% (так, например, в МБРР она составляет 2,98% (в 2014 г. Россия оформила дополнительную подписку на 6651 акцию в рамках выборочного пополнения капитала и на 14023 акции в рамках общего пополнения капитала на сумму 150

млн. долл.США), в МФК – 4,1% (владеет акциями на 102,8 млн. долл.США), в МАГИ – 3,13%). В настоящее время Россия перешла из категории заемщиков ВБ в категорию его партнеров как по вопросам социально-экономического развития России, так и в решении мировых проблем борьбы с бедностью, списания задолженности беднейших стран и защиты окружающей среды.

РФ начала привлекать финансовые ресурсы МБРР с 1992 г. За это время Банк одобрил предоставление России заемных средств на финансирование более 118 проектов в различных отраслях на общую сумму свыше 19,3 млрд. долл.США. [2]

С июля 2014 г. Россия не получает нового финансирования со стороны ВБ в связи с санкциями, наложенными странами «Большой семерки». В настоящее время в портфеле действующих проектов РФ находятся 6 проектов на общую сумму заимствований в 435 млн. долл. США. В то же время на данный момент Программа государственных внешних заимствований Российской Федерации в ВБ состоит из 16 проектов на общую сумму около 2 млрд. долл. США.

Из 10 новых, но все-ещё не профинансированных проектов, в высокой степени готовности находятся 6 проектов РФ: «Инновационное развитие дошкольного образования в Республике Саха (Якутия)» (заем со стороны Банка – 117,7 млн. долл. США), «Развитие единой государственной системы экологического мониторинга» (50 млн. долл.), «Подготовка рабочих кадров для социально-экономического развития регионов» (330 млн. долл.), «Вовлечение в регулярные занятия физкультурой и спортом социально-незащищенных слоев населения» (70 млн. долл.), «Дополнительное финансирование проекта «Экономическое развитие г. Санкт-Петербурга» (200 млн. долл.) и «Программа по совершенствованию городских транспортных систем в Российской Федерации» (117,5 млн. долл.). По данным проектам проведены официальные переговоры, осуществлены технические консультации между РФ и МБРР, получено одобрение правительства РФ по результатам данных переговоров. Следующим этапом, предусмотренным проектным циклом МБРР, необходимым для запуска указанных проектов, должно было стать их рассмотрение и одобрение на Совете директоров ВБ до 2014 г. Однако, до настоящего времени проекты не были вынесены на Совет в связи с объявленной позицией стран «Большой семерки» не поддерживать деятельность ВБ в России в связи с ситуацией в Украине.

Работа по еще трем проектам, находившимся на начальной стадии готовности, была полностью приостановлена: «Содействие созданию и развитию ОЭЗ в Российской Федерации» (планировавшийся заем в Банке на сумму 132 млн. долл. США), «Финансирование инфраструктурных проектов в России через Внешэкономбанк» (300 млн. долл.) и «Финансирование энергоэффективных проектов в России через Внешэкономбанк» (500 млн. долл.). Тем не менее, к настоящему времени накоплен богатый опыт оказания ВБ технического содействия России в сферах энергоэффективности, развития государственно-частного партнерства, в области занятости, в вопросах антикризисной политики и т.д. Всего с 1992 г. было осуществлено более 40

крупных проектов технического содействия, а число конечных его получателей – предприятий и организаций – превысило 9 тыс. [2]

В октябре 2017 г. ВБ опубликовал рейтинг комфортности ведения бизнеса – Doing Business 2018, который рассчитывается на основе одиннадцати показателей (простота регистрации предприятий, получения разрешения на строительство, подключения к энергопитанию, оформления кредитов, защита прав миноритарных инвесторов и т.д.). За год РФ поднялась в данном рейтинге с 40 места до 35-й позиции из 190, опережая в рейтинге страны БРИКС. Так ЮАР заняла 82-е место, Китай - 78-е, Индия - 100-ое, а Бразилия - 125-е. [1]

ВБ часто обвиняют в том же, что и Международный валютный фонд – кредитовании развивающихся стран с навязыванием им определенных ограничений и требованием проведения реформ, загоняющих государства в кредитную кабалу. Один из VIP-критиков ВБ Нобелевский лауреат-экономист Джозеф Стиглиц. Джозеф Стиглиц, работая в данном учреждении главным экономистом, знает его механизмы функционирования изнутри. В своих работах он доказывает, что программы МБРР не обеспечивают устойчивого развития экономики государств третьего мира. Эксперт отмечает, что пока Россия следовала рекомендациям Мирового банка, в стране упали реальные доходы граждан, а игнорирующий мнение США Китай тем временем добился экономического роста. [2]

#### Список использованных источников:

1. Министерство иностранных дел Российской Федерации. Внешняя политика: [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.mid.ru/rossia-v-gruppe-20-rossia-i-specializirovannye-mezdunarodnye-ekonomiceskie-organizacii-mvf-vto-oesr-fseg-oppek-i-dr/-/asset\\_publisher/uFvfWVmCb4Rl/content/id/2149294](http://www.mid.ru/rossia-v-gruppe-20-rossia-i-specializirovannye-mezdunarodnye-ekonomiceskie-organizacii-mvf-vto-oesr-fseg-oppek-i-dr/-/asset_publisher/uFvfWVmCb4Rl/content/id/2149294) – Загл. с экрана.
2. Швальбе, А.Н. Прозрачное инвестирование. Финансовый блог: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://investprofit.info/world-bank/> – Загл. с экрана.

## **СЕКЦИЯ 2. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Бондаренко И.С., к.э.н., доц.,  
Колибан К.Н.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ УСТРАНЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ**

Для каждой страны одним из важных секторов экономики является рынок фармацевтической продукции, так как именно его развитие обеспечивает удовлетворение потребностей населения в области здоровья, его сохранения и улучшения.

В современном этапе значительная часть продаж на фармацевтическом рынке России приходится на зарубежные компании, кроме того, продукция фармацевтических компаний РФ на 90% изготавливается на основе импортных фармацевтических субстанций. Однако проблема импортозависимости не является единственной на российском рынке фармацевтической продукции. В связи с чем актуальным является анализ состояния фармацевтического рынка России с целью определения причин, сдерживающих его развития и их устранения посредством государственной поддержки [1].

Работы таких ученых как Е. А. Ерасов, А. И. Балашов, А. П. Кокушина, М. С. Воронина и др. характеризуют состояние рынка фармацевтической продукции РФ, а также изучают возможности дальнейшего развития рынка [2].

На современном этапе развития фармацевтической промышленности РФ можно выделить следующие проблемы данной отрасли:

- 1) высокая зависимость от импорта как готовых лекарственных форм, так и субстанций;
- 2) негибкость ценового регулирования на фармацевтическую продукцию;
- 3) недостаток государственного финансирования;
- 4) недостаточные производственные и технические мощности;
- 5) высокая доля фальсифицированного товара;
- 6) рост затрат на производство и реализацию продукции;
- 7) нехватка квалифицированных кадров;
- 8) несоответствия российской продукции стандартам GMP [3].

Исходя из рассмотренных особенностей фармацевтического рынка РФ, можно отметить, что наиболее весомой проблемой данной сферы является импортозависимость рынка, несовершенство законодательного регулирования, а также недостаток государственного финансирования.

Проблема несоответствия российской продукции стандартам GMP, недостаточные производственные и технические мощности, а также нехватка квалифицированного персонала негативно отражаются на развитии

внешнеторговой деятельности.

С целью устранения указанных проблемы, могут быть приняты следующие меры:

1. Разработка и принятие стратегии «Развития фармацевтической и медицинской промышленности РФ до 2020 года», цель которой устранение импортозависимости российского рынка и стимулирование экспорта фармацевтической продукции;

2. Закупка для государственных потребностей препаратов российского производства, также направлена на снижение зависимости рынка от импортных готовых лекарств и субстанций;

3. Введение для зарубежных производителей запрета на участие в гос. закупках;

4. Внесение изменений в процесс ценообразования на ЖНВЛП («Жизненно необходимые и важные лекарственные препараты»), с целью достижения различий в ценообразовании на импортируемые товары, а также препараты разных ценовых сегментов;

5. При условии организации и реализации новых проектов, направленных на производство российских фармацевтических препаратов и субстанций, возможность предоставления субсидий данным предприятием;

6. Создание условий, государственных и частных служб по контролю за деятельностью фармацевтических предприятий;

7. Обязательная маркировка фармацевтических средств и система мониторинга за их оборотом;

8. С целью разработки и создания инновационных препаратов предлагается создание кластеров, что также поспособствует продвижению препаратов на внешние рынки;

9. Важным элементом является усовершенствование использования стандарта GMP [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что на фармацевтическом рынке Российской Федерации, в настоящее время, наблюдается ряд определенных проблем, которые сокращают уровень конкурентоспособности российских компаний на внешнем рынке. Устранение данных проблем будет способствовать развитию фармацевтических компаний Российской Федерации как внутри страны, так и за ее пределами.

#### Список использованных источников

1. Аверина, М.В., Шевкуненко М.Ю. Российский рынок лекарственных средств как составляющая мирового фармацевтического рынка // Бизнес в законе. – 2014. – №2. – С. 55-58.

2. Медицинские новости / Оригинальные лекарственные средства и дженерики – реалии современного фармацевтического рынка // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mednovosti.by/journal.aspx?article=278>.

3. Филатова. Ю.М. Современное состояние мирового фармацевтического рынка [Текст] / Ю.М. Филатова // Известия Тульского государственного

университета. Экономические и юридические науки: Научный журнал. – 2016. – С. 167-174.

4. Трофимова. Е.О. Новые вызовы и перспективы развития российского фармацевтического рынка / Фармацевтический рынок [Электронный ресурс] / Е.О. Трофимова. – С.-П. – 2016. – Режим доступа: <http://www.remedium.ru/state/detail.php?ID=68569>.

Колос И.В., ст. преп.,  
Бурковский В.И.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ VOLKSWAGEN GROUP

Volkswagen Group— один из крупнейших автомобильных концернов не только Германии, но и всего мира. Структура компании включает достаточно обширный список брендов и филиалов: Audi, Seat, Skoda, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Scania, Porsche, Мани другие 332 компании, функционирование которых заключается в производстве автомобилей, их компонентов и предоставлении сопутствующих услуг [1].

Согласно данным Volkswagen Group annual report, за 2017 год было произведено 10,9 млн. ед. автомобилей, что на 4% больше в сравнении с 2016 годом; объем реализации автомобилей составил 10,8 млн. ед., что на 5% превышает показатель 2016 года. Общий объем активов компании составляет 481 млрд. долл. США. Расходы на осуществление НИОКР составили 17,5 млрд. долл. США [2].

Для понимания приоритетных направлений развития компании на внешних рынках рассмотрим географическую структуру продаж VolkswagenGroup в 2017 году, которая представлена на рис. 1.

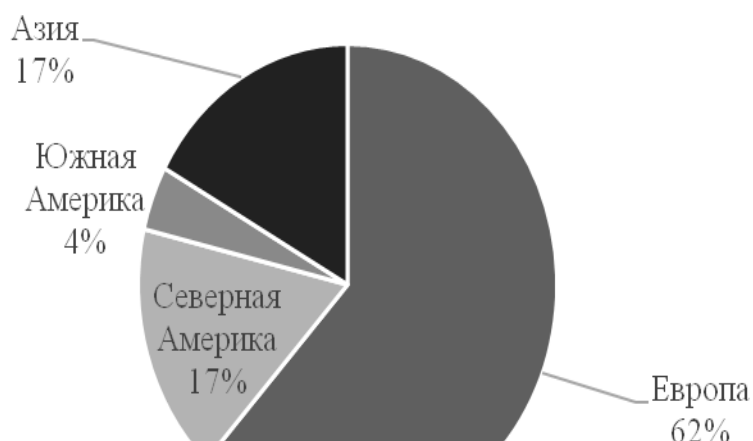


Рис. 1 – Географическая структура продаж компании Volkswagen Group в 2017 г. (%), [2]

Данные рисунка отражают следующее: Европейский рынок сбыта для компании Volkswagen Group является приоритетным (62%), на нем в 2017 году было реализовано продукции на сумму 162,6 млрд. долл. США; на втором месте находится рынок Азии (17%) с общим объемом продаж в размере 44,6 млрд. долл. США; третью позицию занимает рынок Северной Америки (16,8%) с объемом продаж – 44,2 млрд. долл. США.

Следующим значимым показателем анализа функционирования компании является индикатор структуры продаж компании по основным сегментам в 2017 году, который представлен на рис. 2.

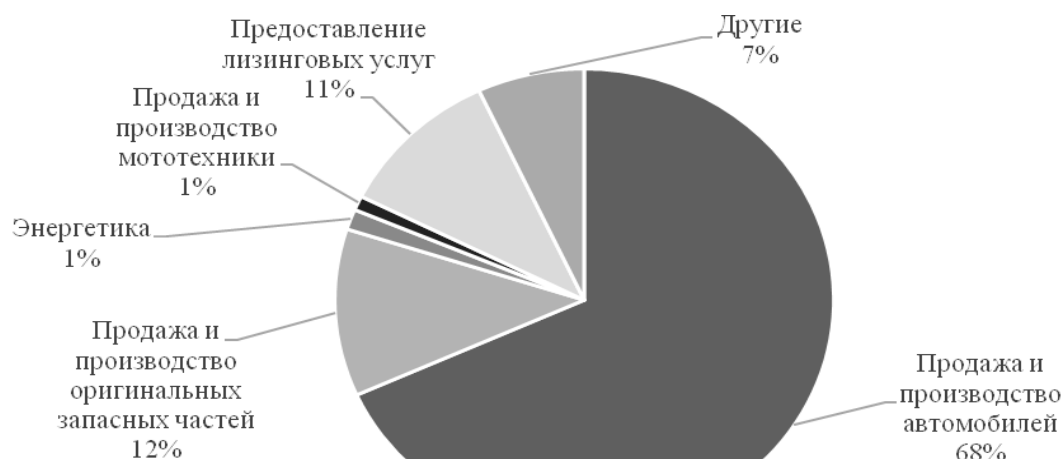


Рис. 2 – Объем продаж компании Volkswagen Group по сегментам деятельности за 2017 г., (%) [2]

На основании данных рисунка 2 можно сделать следующие выводы: статистические данные отражают тот факт, что для компании Volkswagen Group, основной вид деятельности – производство и реализация автомобилей (68%), объем продаж по данному виду деятельности составил 181,6 млрд. долл. США; на втором месте располагается деятельность компании относительно продажи и производства оригинальных запчастей (12%), объем реализации по данному виду деятельности составил 31 млрд. долл. США; третье место принадлежит предоставлению лизинговых услуг (11%), объем реализации по данному виду деятельности составил 28 млрд. долл. США.

Для определения положения компании Volkswagen Group на мировом рынке автомобилей, рассмотрим финансовое положение основных её конкурентов в данной отрасли (табл. 1).

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что в период с 2016-2017 гг. на мировом рынке автомобилей компания Volkswagen Group занимала второе место с объемом прибыли в 230,7 млрд. долл. США, что на 14 млрд. долл. США меньше, чем у лидера, которым являлась компания Toyota, и на третьем – немецкий гигант Daimler (186,2 млрд. долл. США).

Таблица 1 – Финансовое положение компаний-лидеров на мировом рынке автомобилей в 2016-2017 гг.

Компания	Объём прибыли в 2016 году, млрд. долл. США	Объём прибыли в 2017 году, млрд. долл. США	Темпроста (%)
Toyota	251,79	244,7	97,2
Volkswagen	246,2	230,7	93,7
Daimler	173,7	186,2	107,2
Ford	141,5	145,7	103,0
BMW	97,95	100,4	102,5

Составлено автором на основе [2, 3, 4].

Таким образом, отметим, что компания VolkswagenGroup, является одним из крупнейших автомобильных концернов на территории Европы, структура компании состоит из множества компаний, деятельность которых широко диверсифицирована, и не фокусируется только на производстве и реализации автомобилей. Прибыль компании за 2017 год составила 230,7 млрд. долл. США.

#### Список использованных источников

1. VolkswagenGroupOfficialWebsite[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.volkswagenag.com/en.html>
2. Volkswagen Group annual report 2017 [Электронныйресурс] – Режим доступа: <http://annualreport2017.volkswagenag.com>
3. Daimler AG annual financial report 2017 [Электронныйресурс] – Режимдоступа: <https://www.daimler.com/documents/investors/reports/annual-report/daimler/daimler-ir-annual-financial-report-2017.pdf>
4. Ford Motor Company annual report [Электронныйресурс] – Режим доступа: [http://s22.q4cdn.com/857684434/files/doc\\_financials/2017/annual/Final - Annual -Report-2017.pdf](http://s22.q4cdn.com/857684434/files/doc_financials/2017/annual/Final-Annual-Report-2017.pdf)

Колос И.В., ст. преп.,  
Войтюшенко А.С., Суханова А.Н.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### **АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАКОНД»**

В настоящее время одним из ключевых вопросов экономического развития Донецкой Народной Республики является совершенствование системы управления внешнеэкономической деятельностью субъектов хозяйствования с целью повышения ее гибкости и адаптивности к постоянным изменениям конъюнктуры.

В 2015 году ЗАО «АВК» реформатировано в ООО «Лаконд». История компании на рынке составляет более 20 лет и, на сегодняшний день, компания

«Лаконд» – одно из лидирующих предприятий кондитерской отрасли региона, специализирующиеся на производстве сладких и соленых снежков, конфет, печенья, зефира, карамели, ириса и различных видов глазури [1].

Производственные мощности компании позволяют выпускать до 400 тонн продукции в сутки, причем более четверти этого объема производится на оборудовании ведущих западных производителей, установленном в течении последних трех лет. В частности, компания является лидером в кондитерской отрасли по приросту объемов выпуска продукции – рост относительно 2016 года составляет 21,7%.

На современном этапе ООО «Лаконд» проводит активную инновационную стратегию, ежегодно обновляя свой ассортимент. В то же время, основные усилия компания сосредотачивает на развитии своих торговых марок и брендированной продукции.

По сравнению с 2016 годом в 2017 году увеличился экспорт шоколада и глазури, а сократился экспорт экструзии и печенья. В импорте преобладают поставки какао-бобов и какао-пасты. Структура товарных групп продукции ООО «Лаконд» в натуральном и денежном выражении за 2017 год представлена в порядке убывания наибольшего удельного веса: шоколадные конфеты (32,83%), шоколад и глазурь (30,08%), желеино-жевательные конфеты (15,11%), печенье (14,72) – в натуральном выражении; в денежном выражении – шоколадные конфеты (35,01%), шоколад (24,3%), печенье (18,43%), желеино-жевательные конфеты (11,74%).

Современный этап развития ООО «Лаконд» на внешнем рынке характеризуется использованием стратегии сокращения. Её суть состоит в следующем: проводится сокращение производства продукции с низкой добавочной стоимостью, а также идет активное развитие собственных торговых марок: Шедевр, Клубжеле, МИКС, Мажор и т.д.

Реализация продукции ООО «Лаконд» преимущественно осуществляется через посредников, каждый из которых формирует соответствующий канал распределения (табл. 1) [2].

Таблица 1 – Анализ структуры каналов распределения ООО «Лаконд»

Каналы распределения предприятия	Удельный вес продукции, реализуемой соответствующими каналами, %	
	2016	2017
А-канал	15,96	15,58
Б-канал	12,61	12,37
В-канал	13,80	14,20
Г-канал	13,22	12,95
Д-канал	13,80	14,21
Е-канал	15,90	16,18
Ж-канал	14,71	14,51
Итого	100	100

Составлено автором на основе [1]

Согласно таблице 1 можно сделать следующие выводы: по объемам реализованной продукции динамика продаж наилучшим образом отражается через А-канал, входящий в состав собственной сбытовой сети и на котором представлен посредник «фирменный магазин»; Б-канал имеет худшую динамику продаж, представлен такими посредниками, как «торговый агент» и «оптовый и розничный торговец». Компании необходимо определить причины таких показателей, учитывая, что именно торговые агенты могут контактировать с клиентом «в живую» и влиять на его выбор, а также во время встречи определять характеристики товара, удовлетворяющие требования потребителей к товару и те, что нуждаются в улучшении.

В практике внешнеэкономической деятельности ООО «Лаконд» на современном этапе отмечаются следующие проблемы:

- отсутствие кооперационных связей с иностранными партнерами;
- потребность в государственной поддержке;
- нехватка квалифицированных кадров по управлению внешнеэкономической деятельностью предприятия.

Таким образом, дальнейшее развитие внешнеэкономической деятельности ООО «Лаконд» и его интеграция в мировое хозяйство невозможно без наличия кооперационных связей с иностранными партнерами. Анализ тенденций в мировом хозяйстве актуализирует необходимость приоритетного развития международной кооперации. Кооперация производства позволит компании осваивать совместно с российскими производителями новые технологии, методы организации и управления. Кооперация производства даст компании возможность беспрепятственного выхода на внешний рынок.

Список использованной литературы:

1. Официальный сайт ООО «Лаконд» [Электронный ресурс]: <http://lakond.ru>
2. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / под ред. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 503 с.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Богачева А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ**

В условиях глобализации мирового рынка фармацевтические предприятия являются уникальными. Они должны удовлетворять потребности населения в поддержании здоровья, его улучшения и сохранения. Вопросами анализа функционирования фармацевтического рынка занимались следующие зарубежные и отечественные учёные: Балашов А.И., Воронин М.С., Губин

М.А., Ерасов Е.А., Кокушкина И.В., Пахомова Н.В., Петров А.П., Рихтер К.К., Сутырин С.Ф. и др., однако некоторые аспекты этого научного вопроса были изучены не в полном объеме и требуют дальнейшего рассмотрения. Целью работы является исследование особенностей функционирования фармацевтических предприятий на мировом рынке. Задачи исследования: рассмотреть общую характеристику фармацевтических предприятий; сформулировать дальнейшие перспективы развития фармацевтических предприятий на мировом рынке.

Фармацевтический рынок – одна из самых сложных отраслей химической индустрии, отличающаяся большим количеством субсистем, высоким уровнем НИОКР и значительными капитальными вложениями. Продукция современной фармацевтической промышленности приобретает все большее значение для охраны здоровья постоянно растущего населения планеты. К отличительным особенностям мирового фармацевтического рынка относят следующие: тенденция к мировой глобализации; широкий ассортимент лекарственных средств (ЛС); длительный период разработки ЛС; требует глубокого и сложного научного исследования; большое разнообразие технологических процессов, разновидность оборудования, сырья и материалов, используемых при изготовлении ЛС; частое обновление ассортимента выпускаемой продукции; зависимость спроса от эпидемий, стихийных бедствий, других экстремальных ситуаций. **Структура фармацевтического рынка** - это система взаимосвязанных и взаимодействующих субъектов и объектов по изготовлению, распределению и потреблению ЛС, а также факторов, оказывающих на них влияние. **Субъектами фармацевтического рынка** являются участники рынка активные по отношению к объектам, на которые они воздействуют. Они состоят из следующих субсистем: управление и регулирование; производство и распределение; фармацевтическая информация; подготовка специалистов по направлению «Фармация» (провизоры, фармацевты), специалистов по производству медикаментов, менеджеров и маркетологов, ориентированных на фармацевтическую отрасль; профессиональные общественные организации; потребление. **Потребители фармацевтической продукции** – подсистема субъектов фармацевтического рынка, отличающаяся по мотивам потребления фармацевтических и парафармацевтических (биологически активные добавки (БАД)) товаров, имеющих различные ценностные ориентиры в их приобретении, по назначению процессов потребления. Различают следующие типы потребителей: институциональные покупатели – представляют определенные услуги обществу и их деятельность не обязательно носит коммерческий характер; конечные покупатели – пациент, члены его семьи, которые используют медикаменты для личного или семейного потребления; промежуточные покупатели – медицинские работники, назначающие препарат с целью его использования в условиях стационара, клиники, санатория, профилактория и т.п. **Объектами фармацевтического рынка являются:** товары (лекарственные препараты, изделия медицинского назначения и другие

товары), идеи и услуги [1].

По оценкам международной аналитической компании Evaluate Pharma, объем мирового фармацевтического рынка в 2017 г. достиг 1200 млрд. долл., что на 3,6% больше, чем в 2016 г. В 2017 г. фармацевтический рынок США не только остался региональным лидером, но и определил основные тенденции развития отрасли. Его объем увеличился на 4% и достиг уровня 456 млрд. долл. В США ожидается выход на рынок онлайн-торговли рецептурных ЛС нового оператора — крупнейшего онлайн-ритейлера Amazon.com, Inc. На платформе Amazon в разделе Health and Personal Care можно приобрести различные изделия медицинского назначения, пищевые добавки и безрецептурные препараты. Таким образом, появляется мощный конкурент для аптечных сетей и таких крупных оптовых компаний, как CVS Health, Walgreens Boots Alliance, Express Script Optum Rx. Однако возможен и следующий сценарий: Amazon параллельно выступит в качестве инвестора в розницу и создаст свою сеть розничных точек. Китайский фармацевтический рынок находится на 2 месте в мировом рейтинге, в 2017 г. достиг уровня 165 млрд. долл. Он растет в 2 раза быстрее, чем развитые фармацевтические рынки. Поскольку доля иностранных поставщиков в лекарственном обеспечении Китая составляет всего 25%, перед мировыми фармацевтическими компаниями открывается большая перспектива для экспансии и роста. Китайское правительство ввело строгие меры по контролю цен и снижению затрат на дистрибуцию путем сокращения количества участников торговой цепи. Несмотря на это, рыночные аналитики высказывают мнение, что к 2020 г. объем китайского фармацевтического рынка может возрасти до 200 млрд. долл. Японский фармацевтический рынок сохранил 3 позицию в мировом рейтинге. Несмотря на все предпринятые правительством усилия, направленные на сдерживание затрат на систему здравоохранения, в 2017 г. затраты на рецептурные ЛС увеличились на 1%, рынок достиг уровня 120 млрд. долл. Японское правительство стремится контролировать растущие расходы путем повышения доли генерических препаратов и резкого снижения цен на рецептурные лекарственные средства. Таким образом, доля генериков увеличится с 60 % до 80 %, а цены на дорогие инновационные лекарственные средства планируется снизить до 50%. Рынок безрецептурных ЛС находится в фазе дерегулирования. Этот процесс связан с развитием онлайн-торговли и с общим ростом рыночной доли безрецептурных лекарств до 20 %. Takeda — лидер среди японских фармацевтических компаний — путем создания совместной компании с TEVA (Израиль), самым крупным предприятием в сфере производства генериков, укрепляет свои позиции на отечественном рынке и активно продолжает международную экспансию. Европейский регистрирующий орган зарегистрировал 31 новую молекулу. Из них 92% приходится на группу биотехнологических препаратов. Растущую долю занимают генерические копии биотехнологических препаратов. Анализ списка новых препаратов показывает, что самыми перспективными в 2017 г. остались ЛС для лечения онкологических заболеваний, ВИЧ-инфекции, сахарного диабета, рассеянного склероза, а также биосимиляры. Немецкие

аналитики прогнозируют выведение на рынок 30 новых молекул в течение 2018 г. 1/3 из них – ЛС для лечения онкологических заболеваний. Затраты на R&D выросли на 4% и составили в 2017 г. 158,9 млрд. долл. Ведущие фармацевтические компании мира инвестирует в R&D-направление от 13% (Celgene) до 36% (Johnson&Johnson) своего дохода [2].

Таким образом, мировой фармацевтический рынок является одним из наиболее динамично развивающихся секторов химической промышленности. Глобализация фармацевтической индустрии, во многом обусловленная увеличением издержек на создание и разработку оригинальных ЛС, а также позицией крупных медицинских структур, направленной на снижение оптово-закупочных цен, приводит к необходимости интеграционных процессов в отрасли в современных условиях хозяйствования.

Список использованных источников:

1. Библиографическая ссылка: Фармацевт Практик. Мировой фармацевтический рынок: корабль набирает ход – 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://fp.com.ua/articles/myrovoj-farmatsevticheskyj-rynok-korabl-nabyraet-hod/>

2. Библиографическая ссылка: Медицина: Менеджмент в области здравоохранения [Электронный ресурс]. URL: [http://uchebnikirus.com/medecina/menedzhment\\_u\\_galuzi\\_ohoroni\\_zdorovya\\_bayeva\\_ov/harakteristika\\_farmatsevtichnogo\\_rinku.htm](http://uchebnikirus.com/medecina/menedzhment_u_galuzi_ohoroni_zdorovya_bayeva_ov/harakteristika_farmatsevtichnogo_rinku.htm)

Миньковская М.В., к.э.н., доц.,  
Дидык А.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ ГЕРМАНИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТОРГОВОМ ОБМЕНЕ**

Германия является самым крупным рынком в Европе. На ее долю приходится 21% европейского ВВП, и на ее территории проживает 16% всего населения Европейского союза (ЕС). Немецкая экономика в высшей степени индустриализована и диверсифицирована; одинаковое значение придается как сфере услуг, так и производству. Двигателем экспорта в Германии служит массив малых и средних предприятий (МСП) с их огромным новаторским потенциалом. На них приходится 99,6% всех существующих компаний, а их сотрудники составляют 79,2% всего работающего населения страны [1].

Проанализируем состояние и динамику экспорта, импорта и внешнеторгового оборота товаров и услуг в Германии:

Динамика экспорта, импорта и ВО Германии имеет циклический характер. Так, прирост экспорта Германии с 2012 по 2014 гг. составил 7,6%, импорта – 6,7%, а ВО – 7,2%, однако в 2015 г. показатели снизились (экспорт - на 11%, импорт – на 22,7%, ВО – на 5,4%). В 2016 г. экспорт страны достиг 1613,5 млрд.

долл., тем самым составив 101,3% от размера экспорта 2015 г., импорт вырос на 16 млрд. долл. (или на 1,2%), а оборот – на 36,4 млрд. долл. (на 1,5% по сравнению с 2015 г.).

Таблица 1 – Динамика экспорта, импорта, внешнеторгового оборота страны в 2012-2016 гг., млрд. долл., [2]

Страна	Год					
	2012	2013	2014	2015	2016	Темп роста 2016 г. к 2012 г., %
Экспорт	1662,6	1722,6	1789,7	1593,1	1613,5	97,0
Импорт	1455,8	1516,3	1553,4	1356,8	1372,8	94,3
ВО	3118,4	3238,9	3343,1	2949,9	2986,3	95,8

На следующем этапе выполнения работы целесообразными являются анализ и оценка динамики индексов физического объема экспорта и импорта страны:

Таблица 2 – Динамика индексов физического объема экспорта и импорта Германии, 2012 г. = 100, [2]

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Экспорт	100	148,2	150,9	155	156
Импорт	100	126,5	130,8	135,8	139,1

Данная группа индексов характеризует изменение массы экспортируемых или импортируемых товаров в натурально-вещественной форме. Физический объем товаров для экспорта в Германии увеличился на 48,2% в 2013 г. С 2013 по 2016 гг. прирост массы товаров составил 5,3%. Физический объем товаров для импорта увеличился на 26,5% в 2013 г. С 2013 по 2016 гг. прирост массы товаров составил 10%.

В Германии наблюдается стабильный рост положительной разницы торгового баланса. За 5 лет показатель вырос более, чем на 16 %, достигнув своего максимума в 2016 г. (240,7 млрд. долл.).

Для более полного анализа и оценки внешнеторговой деятельности Германии целесообразно проанализировать товарную структуру экспорта и импорта страны:

Доля готовых изделий и полуфабрикатов в структуре экспорта для Германии составила 83,8%, основную часть из которых занимают машины, оборудования и транспортные средства, составляющие главную статью экспорта страны. Продовольственные и сырьевые товары составили 15,7% (в основном промышленное сырье) [2].

На основании данных табл. 3 можно сделать вывод, что в структуре импорта у страны преобладает импорт готовых изделий и полуфабрикатов

(удельный вес товарной группы для Германии составил 72,7%). Наибольшая доля импорта в данной группе приходится на машины, оборудование и транспортные средства (36,4%). В группе продовольственных и сырьевых товаров основная доля импорта в Германии приходится на продовольствие и топливо (7,9% и 7,1% соответственно) [2].

Таблица 3 – Товарная структура экспорта и импорта страны в текущих ценах (ФОБ) в 2016 г., [2; 3]

Товарные группы	Экспорт		Импорт	
	млрд. долл.	%	млрд. долл.	%
Всего	1340,8	100	1060,7	100
Продовольственные и сырьевые товары	209,9	15,7	173,7	16,4
в т.ч.: продовольствие	73,8	5,5	84	7,9
промышленное сырьё	114,2	8,5	14,2	1,3
Топливо	21,9	1,6	75,5	7,1
Готовые изделия и полуфабрикаты	1123,3	83,8	770,6	72,7
в т.ч.: химические продукты	200,6	15,0	139,9	13,2
Машины, оборудование и транспортные средства	649	48,4	385,7	36,4
Другие готовые изделия	273,7	20,4	245	23,1
Другие товары	7,6	0,6	116,4	11,0

Проанализируем торговых партнеров стран.

Германия экспортирует продукцию, главным образом, в такие страны, как Франция, Нидерланды, Великобритания, Китай и США. Пять государств являются главными торговыми партнерами Германии, и в совокупности на них приходится 37% всего экспорта. Наибольший удельный вес в географической структуре экспорта занимает США (8,8% в 2016 г.), за 3 года экспорт сократился на 7,2%. Вторым стратегическим партнером для Германии является Франция, удельный вес которой в 2016 г. составил 8,3%. За три года экспорт в страну снизился на 17,1%. Китай и Нидерланды составили 6,4% и 6,5% от общей структуры показателя (за три года экспорт в эти страны сократился на 14% и 10% соответственно). 7% общего экспорта Германии приходится на Великобританию. Немецкий экспорт в страну сократился на 10,5% за 3 года исследования [2; 3].

Географическая структура импорта для Германии схожа со структурой экспорта, что характеризуется консервативностью в выборе государством торговых партнеров. Так, основные импортеры для Германии - это: Нидерланды, Франция, Китай, США, Италия, удельный вес которых превысил 37% в 2016 г. По данным статистики страна чаще ввозит китайские товары (10% всего импорта), при этом объемы поставок за 3 года упали на 2,1%,

достигнув минимума в 2015 г. (103,3 млрд. долл.). 8,7% ввозимых товаров приходится на Нидерланды, однако импорт страны снизился на 20,7% за исследуемый период. Сокращение импорта французской продукции составило 17,8%. Импорт из США увеличился в 2015 г. (на 2,4%), однако снизился на 3,8% в 2016 г. Обратная ситуация наблюдается в отношении Италии (снижение импорта в 2015 г. на 15,8% и его прирост на 5,5% в 2016 г.). Удельный вес Франции, США и Италии составил 6,9%, 6,2% и 5,4% соответственно [2; 3].

Таким образом, Германия является одним из самых влиятельных игроков на мировой арене. Немецкая экономика характеризуется высокой степенью индустриализации, консервативности и инновационного прогресса. В период с 2016 г. по 2015 г. экспорт вырос на 1,3%, импорт и внешнеторговый оборот – на 1,2%. Главные статьи как экспорта, так и импорта – машины, оборудования и транспортные средства. Главными торговыми партнерами Германии являются такие страны, как Франция, Великобритания, США, Нидерланды, Китай.

Список использованных источников:

1. Экономический обзор Германии: рынок, производительность, инновации [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://www.gtai.de/GTAI/Content/RU/Invest/\\_SharedDocs/Downloads/GTAI/Brochures/economic-overview-germany-russisch.pdf?v=4](https://www.gtai.de/GTAI/Content/RU/Invest/_SharedDocs/Downloads/GTAI/Brochures/economic-overview-germany-russisch.pdf?v=4)
2. Официальный сайт: ЮНКТАД [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.apec.org/http://unctadstat.unctad.org/>
3. Официальный сайт: Группа Всемирного банка [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.vsemirnyjbank.org/>

Миньковская М. В. к.э.н., доц.,  
Ефименкова М.С., Чайкина А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПЕК КАК МЕЖДУНАРОДНОГО И НАДНАЦИОНАЛЬНОГО РЕГУЛЯТОРА МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ**

Одним из основных свойств нынешнего периода развития интернациональной торговли является её урегулирование со стороны международных организаций, что осуществляется в отраслевом, в региональном и в глобальном уровнях. Это может быть реализовано при поддержке международных соглашений согласно торговле этими или иными продуктами, а помимо этого с помощью функционирования международных отраслевых организаций.

Крупнейшей из международных отраслевых организаций считается организация стран-экспортёров нефти (ОПЕК). Страны, введенные в перечень организации, осуществляют контроль вплоть до 2/3 мировых месторождений нефти, который дает возможность устанавливать требования другим участникам рынка. Эта организация охватывает около 35% нефти, что

считается чуть больше 1/3 мирового экспорта. ОПЕК состоит из 15 стран: Алжир, Ангола, Венесуэла, Габон, Иран, Ирак, Катар, Кувейт, Конго, Ливия, Нигерия, ОАЭ, Саудовская Аравия, Экваториальная Гвинея, Эквадор [1].

Цель ОПЕК - урегулирование работы и формирование единой политической деятельности во взаимоотношении добычи нефти с числом государств — участниц организации, укрепления устойчивой стоимости, предоставления стабильных поставок нефти покупателям, извлечения производительности от инвестиций в нефтяное подразделение экономики [1].

Одним с ключевых инструментов воздействия ОПЕК на нефтяной рынок считается назначение квот на добычу. Согласно итогам общего решения, как правило, публикуются объемы (в отдельности каждому государству), в результате все, без исключения, стороны обладают возможностью осуществлять личные интересы в отсутствии нарушений прав остальных стран.

Во время обсуждения следующей перемены квот/сохранения прошлых размеров принимают во внимание:

- 1) производственную мощность;
- 2) объем производства;
- 3) внутреннее применение нефти;
- 4) расходы на изготовление;
- 5) демографическая ситуация;
- 6) зависимость от экспорта нефтяного сырья;
- 7) величина государственного долга [2].

Как правило, ОПЕК не предоставляет свои данные о квотах каждого государства. Распределение части на международном рынке возможно проследить лишь благодаря докладам каждой государства в конце года. В связи с постоянными изменениями чисел стран в организации доля данных не является объективным показателем.

В 1987 г. возникло понятие Корзина ОПЕК (с англ. — OPEC ReferenceBasket). Его значение равно средневзвешенной цене основных типов нефти, добываемых изнутри «стран-участниц». Состав корзины постоянно изменяется в согласовании со сменой списка участников и изменению направленностей в мировом рынке.

В таблице 1 представлена справочная корзина ОПЕК за 2013 – 2017 гг. (долл. США / Баррель) [3].

Таблица 1 – Справочная корзина ОПЕК (долл. США / Баррель)

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Справочная корзина ОПЕК (\$/Б)	105,87	96,29	49,49	40,76	52,43
Изменение за предыдущий год	-3,58	-9,58	-46,8	-8,73	11,67

Исходя из табл. 1, максимальное значение корзины ОПЕК в исследуемый

период было зафиксировано в 2013 г. и составляло 105,87 долл. США, что 50,5 % больше, чем в 2017 г. Ценовая отметка в 140.73 долл. США за баррель нефти была достигнута 3 июля 2017 г., однако в дальнейшем уровень стоимости снизился. На январь 2017 г. она составляла всего 52, 43 долл. США за баррель. Перерасчет выполняется каждый день по окончании трейдерского дня на бирже.

Оценка корзины предусматривает мировые резервы нефти, сокращение резерва отдельных стран и смена методов добычи. Однако прогнозируют уровень 60 долл. США за баррель еще ближайшие 50 лет. Данный показатель может изменить лишь резкие политические, природные или экономические явления.

На сегодняшний день ОПЕК не прекращает проводить надзор в функционировании мирового рынка, однако степень воздействия на мировой арене снижается со стороны США, Канады, Мексики, Норвегии. Организация ОПЕК связывает станы только по показателю наличия экспорта нефти, однако у многих из них часто появляются внутренние противоречия, препятствующие выполнению условий по этим квотам. В настоящее время воздействие ОПЕК на мировом рынке повышено, ее, возможно, рассматривать как крайне успешного политического и экономического игрока.

Надзор стоимости выгоден лишь при наличии целостного мнения внутри организации, в последнее время этого никак не достаточно. Это воздействует на мощь общества — с охватом как минимум 30 % всего объема добыча нефти отрицательно отображается на стабильной стоимости на сырьевые материалы.

Вообще, на мировой арене в сфере влияния и контроля на энергетические сектора экономики наблюдается симбиоз сплетения политических и финансовых мнений, что является негативным фактором развития стабильного мирового пространства.

Список использованных источников:

1. Все о нефти [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://vseonefti.ru/upstream/opec.html>
2. Зубенко В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум / В.В. Зубенко, О.В. Игнатова, Н.Л. Орлова. – Люберцы: Юрайт, 2016.
3. ОПЕК [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.opec.org>

Миньковская М.В., к.э.н., доц.,  
Суханова А.Н.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **РОССИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ**

Международная торговля является основным процессом в деятельности отдельных организаций, которые имеют связь с внешней торговлей, так и всего

государства в целом.

В современном экономическом пространстве, Российская Федерация – одна из важнейших стран в системе международной торговли, поскольку является важнейшим торговым партнером по поставкам нефти, угля и газа [1].

Согласно сведениям Министерства экономического развития РФ в начале 2018 года мировые цены на сырьевые товары продемонстрировали выраженную позитивную динамику по сравнению с прошлым месяцем.

Цена на нефть в январе 2018 г. составила 68,7 долл./барр., поднявшись на 7,7 % к предыдущему месяцу. По сравнению с январем 2017 г. цена возросла на 29,5 %. Существенную поддержку ценам на нефть продление на 2018 г. договоренности между странами-членами ОПЕК и крупнейших нефтедобывающих государств об ограничении добычи нефти, кроме того непростая общественно-политическая обстановка в Ближнем Востоке.

Средние цены на российский природный газ по контракту (согласно сведениям Всемирного банка) в январе 2018 г. возросли на 15,3 % по сравнению с декабрем 2017 г. и составили 272,3 долл. США за тыс. куб. м. По сравнению с январем 2017 г. цена увеличилась на 38,6 %.

Цены на цветные металлы на начало 2018 г. характеризовались положительной динамикой, чему содействовало повышение мирового спроса, прежде всего со стороны КНР.

Цены на алюминий (согласно сведениям Лондонской биржи металлов) в январе 2018 г. возросли согласно сравнению с декабрем 2017 г. на 6,3 % до 2 209,8 долл./т., медь – на 3,5 % до 7 066,0 долл./т., никель – на 11,8 % до 12 864,8 долл. США за тонну.

Согласно данным, с январем 2017 г. цены на цветные металлы показывали устойчивый рост: цены на алюминий возросли на 23,5 %, на никель – на 29,1 %, на медь – на 22,7 % [2].

В таблице 1 представлены среднемесячные цены на сырьевые товары в январе 2018 года [3,4,5].

Таблица 1 – Сравнительный анализ уровня цен на сырьевые товары

Показатели	Цена	Темп прироста	
	январь 2018 г.	к декабрю 2017 г.	к январю 2017 г.
Нефть – Urals	68,7 долл./барр.	+7,7 %	+29,5 %
Природный газ	272,3 долл./тыс.м <sup>3</sup>	+15,3 %	+38,6 %
Алюминий	2209,8 долл/т	+6,3 %	+23,5 %
Никель	12864,8 долл/т	+11,8 %	+29,1 %
Медь	7066,0 долл/т	+3,5 %	+22,7 %

Согласно результатам статистики за 2017 г. внешнеторговый оборот составил 584,1 млрд. долл. США, выросший на 24,9 % к 2016 г. Экспорт товаров возрос на 25,2 % до 357,3 млрд. долл. США, импорт – на 24,7 % до 227,3 млрд. долл. США [6].

Страны дальнего зарубежья, такие как Китай, Индия и Япония считаются основными торговыми партнерами Российской Федерации. Согласно результатам за 2017 г. их доля в товарообороте составила 87,7 %, на экспорт приходится – 86,8 %, на импорт – 89,5 %.

Внешнеторговый оборот Российской Федерации со странами дальнего зарубежья в 2017 г. составил 512,5 млрд. долл. США и относительно 2016 г. вырос на 24,8 %. Экспорт увеличился на 24,9 % до 309,6 млрд. долл. США, импорт – на 24,7 % до 202,8 млрд. долл. США.

Лидирующие позиции среди государств-членов Евросоюза занимали такие страны, как Германия, Нидерланды (за счет больших объемов реэкспорта российских углеводородов) и Италия, на долю которых доводилось 46,3 % внешнеторгового оборота с данной группой государств.

Более значимыми внешнеторговыми партнерами из числа стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества являются Китай, США, Япония и Республика Корея, согласно результатам за 2017 г. на их долю пришлось 83,4 % внешнеторгового оборота.

Наибольший прирост экспорта Российской Федерации согласно итогам января-февраля 2018 г. прослеживался в отношении Китая (за счет увеличения поставок необработанной нефти и рафинированной меди), Турции (необработанной нефти и природного газа, изделий из черных металлов, пшеницы и ячменя), Нидерландов (необработанной нефти, нефтепродуктов, рафинированной меди и алюминия), Финляндии (необработанной нефти и изделий из черных металлов), Бельгии (нефтепродуктов и необработанных алмазов).

Наибольшее снижение российского экспорта отмечалось в отношении Латвии (сокращение экспорта нефтепродуктов), Сингапура – из-за снижения поставок нефтепродуктов, Швейцарии (нефтепродуктов и необработанного золота) и Алжира (за счет уменьшения поставок летательных аппаратов, турбодвигателей и газовых турбин) [7].

Российская Федерация является могущественной державой с колоссальным ресурсным потенциалом, позволяющим занимать высокие лидирующие позиции на мировой арене. Несмотря на экономические санкции в ограничении доступа РФ к определенным технологиям и услугам, которые в будущем могут быть использованы для добычи и разведки нефти, Российская Федерация является одним из главных участников энергетического рынка. Изменения в действующем законодательстве Российской Федерации, а кроме того цель, ориентированная на исследование и разработку инноваций, развитие и усовершенствование собственного потенциала, позволят Российской Федерации как и прежде сохранять ведущее место в международной торговле [1].

Список использованных источников:

1. Петруняк А.Н. Место России в системе международной торговли // Молодой ученый. – 2017. – №2. – С. 474-478.

2. Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru>
3. Лондонская биржа металлов [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.lme.com>
4. Аргус медиа [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.argusmedia.com>
5. Всемирный банк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.worldbank.org>
6. Таможенная служба Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.customs.ru/index.php?id=13858&Itemid=2095&option=com\\_content](http://www.customs.ru/index.php?id=13858&Itemid=2095&option=com_content)
7. Итоги внешнеэкономической деятельности России [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.ved.gov.ru/files/images/VTRussia\\_02\\_2018.pdf](http://www.ved.gov.ru/files/images/VTRussia_02_2018.pdf)

Охрименко И.Ю., ассистент,  
Колибан К.Н.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

В настоящее время рынок фармацевтической продукции Российской Федерации проходит переломный этап своего развития. Это проявляется в необходимости сокращения импорта фармацевтической продукции, а в дальнейшем ее замещения, а также в необходимости развития внешнеторговой деятельности фармацевтических субстанций, произведенных в РФ. На современном этапе, фармацевтическая продукция РФ не является конкурентоспособной на внешних рынках, что усложняет процесс импортозамещения.

Анализ состояния фармацевтического рынка России является в настоящее время с целью дальнейшего определения тенденций и перспектив его развития.

Работы таких ученых как Е. А. Ерасов, А. И. Балашов, А. П. Кокушина, М. С. Воронина и др. характеризуют состояние рынка фармацевтической продукции РФ, а также изучают возможности дальнейшего развития рынка.

С целью изучения рынка фармацевтической продукции РФ проведем анализ макроэкономической среды внешнеторговой деятельности предприятий. При этом, рассматривая воспроизводственную составляющую предприятий фармацевтической отрасли следует обратить внимание на ряд позитивных трендов, которым были характерны увеличение темпов роста продаж за последние шесть лет. С 2013 г. по 2016 г. происходило замедление темпа роста на российском рынке фармацевтической продукции. В 2017 г. объем рынка

вырос на 9%, на что непосредственно оказало влияние активизация фармацевтических компаний в области НИОКР, переход на мировые стандарты качества GMP, совершенствование законодательных основ регулирования рынка, а также рост спроса населения на медикаменты [1].

За 2012-2014 гг. объем капиталовложений в данной сфере сократился на 1,5 млн. руб., однако в течении 2015-2017 гг. показатель увеличился на 985 тыс. руб.

В сфере НИОКР наблюдается сокращение расходов в 2017 г. по сравнению с 2012 г. на 27,8%. Однако, по сравнению с 2014 г. данный показатель увеличился на 5,9 млн. руб. [2].

Причиной таких изменений является начало действия в 2014 г. стратегии «Фарма – 2020», которая предусматривает технологическое перевооружение фармацевтического производства и вывод на рынок российской инновационной продукции.

Далее, рассмотрим непосредственно условия функционирования предприятий фармацевтической отрасли в РФ.

В период 2011-2017 гг. ВВП РФ увеличился 31754,7 млрд. руб. (52,7% соответственно). Следует отметить, что в период 2014-2016 гг. происходило снижение темпа роста ВВП (8,2%, 5,3%, 3,3% соответственно). Однако, в 2017 г. наблюдается увеличение темпа роста показателя на 6,8 % [2].

Инфляция в РФ в 2016 г. составила 5,4%, при этом рост цен на лекарственные препараты составил 5% - самый низкий показатель за 2014-2016 гг. Ранее более низкий показатель был в 2013 г. – 3,7% при уровне инфляции в стране – 6,5% [2].

В 2017 г. наблюдается рост цен на лекарственные препараты в 3,3 раза при том, что уровень инфляции в РФ составил 2,5%. Целью повышения цен на препараты является компенсация убытков, вызванных продажей лекарств из категории ЖНВЛП (Жизненно необходимых и важных лекарственных препаратов). К данной категории относятся препараты, стоимость которых регулируется государством, а список их ежегодно утверждается правительством. Данное регулирование цен не позволяет повышать их пропорционально изменению затрат. Как следствие, предприятия и аптеки повышают цены в несколько раз на препараты, которые не входят в данную категорию [39].

Одной из главных особенностей российского фармацевтического рынка является тот факт, что объем продаж десяти наиболее крупных его компаний на протяжении рассмотренного периода составляет чуть более 33% от общего объема продаж. В 2017 г. состав компаний-производителей, входящих в Топ-10 лидеров фармацевтического рынка в РФ, незначительно изменился по отношению к январю 2016 г. Рейтинг покинула компания российская компания «Валента» [3].

Так же, свою позицию изменила компания «Отисифарм», переместившись со 2 на 4 место [3].

Основными конкурентами на фармацевтическом рынке РФ по объему

производства являются российские предприятия. Среди десяти компаний с наибольшим объемом производства, лишь 3 – зарубежные: «Teva», «Stada» и «Sanofi», которые имеют свои производственные мощности и представительна на территории России.

Следует отметить, что фармацевтическая компания «Отисифарм», является единственной российской компанией среди рассмотренных, которая занимает лидирующие позиции как по объему продаж, так и по объемам производства.

Таким образом, можно сделать вывод, что на фармацевтическом рынке Российской Федерации, в настоящее время, наблюдается ряд определенных проблем, которые сокращают уровень конкурентоспособности российских компаний на внешнем рынке. В частности, это проблемы импотозависимости, ценообразования на лекарственные препараты ЖНВЛП, а также низкий уровень конкурентоспособности предприятия на внутреннем рынке. Устранение данных проблем посредством государственной поддержки, в виде специальных программ и стратегий, будет способствовать развитию фармацевтических компаний Российской Федерации как внутри страны, так и за ее пределами.

Список использованных источников:

1. Аналитический отчет о развитии фармацевтического рынка России DSM GROUP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dsm.ru/content/file/godovoy\\_othet\\_cd.pdf](http://dsm.ru/content/file/godovoy_othet_cd.pdf)

2. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/)

3. Фармацевтический рынок России 2017: риски и перспективы роста [Текст]: отчет о НИР/Исследовательский центр IPT Group. – Москва. - 2017. – С. 28.

Piatachenko A., lecturer assistant,  
Gusakova Y.A.  
*SO HPE «DNUET», Donetsk*

## **REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF A COMMERCIAL ENTERPRISE**

The problem of improving the business processes of commercial enterprises is caused, first of all, by the high dynamism of processes in the market conditions. Continuous and significant changes in technology, markets and customer needs have become commonplace, and trading companies, in an effort to maintain their competitiveness, have to constantly adapt to new conditions.[1]

Various foreign and domestic scientists were engaged in the study of business processes, among them, E.A. Zaitseva, E.V. Mayman, E.G., Popov, T. Davenport, etc.

In order to simulate the processes currently used a variety of methodological approaches: IDEFIX (using the symbols of entities and relationships to describe the structure of data); Chen ERD (modeling diagrams "entity – relationship"); Booch Object-Oriented (implements object-oriented modeling); SSADM (allows you to create diagrams structural analysis systems); Object-Role Modeling (implements object-role modelling); the approach of the chain of Sarson (modeling data streams); the Nassi-Schneiderman approach (modeling decision-making processes, business rules, program structure); the Schleer-Mellor approach (allowing to develop diagrams of classes, dependencies, inheritance); the Jordan-Code approach (modeling processes in the form of data flow diagrams); SADT (methodology of structural analysis and design), which is most common in the practice of modeling, etc.[3]

Achieving the growth of efficiency of trade organizations, improving the quality of trade customer service should be provided by rethinking and redesigning the content of the organizations on the basis of reengineering of business processes.

Business reengineering does not involve focusing on functions, units, or tasks, but rather groups of activities that often go beyond the units and the functions they perform. Reengineering is focused on the implementation of the principles of end-to-end chain management operations performed by the interacting units to best meet the needs of consumers.[2]

The principles of process management also apply to inter-organizational interactions, allowing to integrate business processes of suppliers of commodity products and consumers of goods (buyers) into jointly managed supply and sales chains.[1]

Concentrated management of resources within business processes can increase the efficiency of financial and economic activities of the organization several times. With regard to trade, one of the main features of business process reengineering is its focus not on the management functions of organizations, but on the process of their functioning. At the same time, the process of circulation of goods, accompanied by the appropriate quality of trade services, acts as a business system consisting of a set of interrelated business processes, which are designed to redesign the reengineering.[2]

The basis of the decision to conduct business process reengineering is the problem of optimizing the composition and structure of the organization's businesses, which together can achieve the goals of restructuring. This requires a detailed analysis of existing processes as well as promising ones in terms of ensuring the stability of the occupied competitive positions in the strategic market perspective.

Traditionally, reengineering of business processes involves three main stages:

- 1) modeling and analysis of existing business processes;
- 2) rethinking and developing fundamentally new business processes;
- 3) introduction of new business processes.[3]

According to its content, business process reengineering has some common features with the methods of improvement (improvement) of processes and (or) quality. But unlike these methods, business process reengineering:

- 1) involves their restructuring, i.e. redesigning again, without taking into

account past experience;

2) questions generally accepted assumptions about the content and technology of doing business;

3) requires a significant amount of creativity;

4) involves the mandatory use of modern information and telecommunication technologies.[3]

The importance of business process reengineering is due to the increase in the number of relationships between the elements of an integrated business system of a trade organization, the expansion of the boundaries of its business units, the interpenetration of the functional content of their activities in related areas and types of trade business. Therefore, it is necessary to develop new strategies and tactics to improve and reengineer business processes.

#### References:

1. Валеева, Ю.С. Анализ и оценка эффективности бизнес-процессов торгового предприятия [Текст] / Ю.С. Валеева // Экономика торговли, маркетинг. – 2013. – №2. – С. 146-156.

2. Зайцева, Е.А. Управление бизнес-процессами торгового предприятия [Текст] // Е.А. Зайцева. – Инновационная наука. – 2016. – С. 108-110.

3. Маймина, Э.В. Развитие реинжиниринга бизнес-процессов торговой организации как направление реструктуризации её деятельности [Текст] / Э.В. Маймина // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №20. – С. 61-72.

Minkovskaya M.V., cand. of econ. scien.,

Voituschenko A.S.

*SO HPE «DNUET», Donetsk*

## **THE ROLE OF MULTINATIONAL CORPORATION IN GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMY**

Globalization has promptly shot ahead at the end of the 20th century, having received the greatest influence in the economic sphere. Globalization of economic activity is based on two levels. At microeconomic level there is the general strategic orientation of the companies, world in character. It can be orientation to sales markets worldwide or on the same sources of supply and also on placement of production in the different countries. It is a basis of globalization which in turn needs support at the macroeconomic level from the government. The main content of this support consists in liberalization of the foreign economic activity meaning reduction or elimination of restrictions on the ways of the international economic relations [1].

The main directions of globalization are shown in the following cases: sharp increase in scales and rates of movement of the capitals; the advancing growth of international trade in comparison with GDP growth of all countries; emergence of new strong subjects of world economy due to merges and merger of multinational corporations.

Productions as which institutional form multinational corporations act became a basis of globalization. Globalization of world economy is connected with multinational corporation and operations which are carried out between their branches [2]. Thus, one of examples is such subject of multinational corporation as - network of McDonald's fast food restaurants.

McDonald's is the world leader in the field of fast service. These restaurants offer the various, but limited menu, working in 120 countries of the world and containing over 36 thousand institutions which serve every day 47 million visitors (2017). McDonald's is included into the Fortune Global 500 list of 2017 (the 420th place) [3]. The corporation receives about 80% of McDonald's restaurants and 75% of total sales in nine countries: Australia, Brazil, Canada, China, France, Germany, Japan (the corporation owns 50% of stocks of this branch), Great Britain and the USA [3].

At the present stage the world market of fast food has the problems after rapid recovery post-crisis growth in 2010-2011 connected with stagnation because of delay of consumer expenses. In 2015 currency fluctuations have exerted negative impact on revenue in the markets of the CIS countries. Because of it, revenues of McDonald's since 2011 actually stagnate and it puts pressure upon investment attractiveness of actions.

On a result of the first quarter 2017 the net profit of the company has made 1,27 billion dollars. The revenue of McDonald's has grown for the first three months 2017 by 0,9% - from 6,55 billion dollars to 6,61 billion dollars. This indicator of revenue became above forecasts of analysts who predicted 6,59 billion dollars [3].

The McDonald's company takes the second place from the largest restaurant networks of the planet after network of Subway restaurants. However, in comparison with competitors in the markets, McDonald's has a number of advantages [3]:

McDonald's is all the known and popular brand long ago  
the corporation has the branch in the majority of the countries of the world  
the network of fast food restaurants is based not only on fast food, but also has the to MacCoffee with individual production of pastries and sweets  
Happy-meal lovely with toys – children from around the world love and know  
24 hours a day work  
has MacDrive that does convenient to make the order, without leaving a car.  
Nevertheless, there are also weaknesses of restaurant, they contain that [1]:  
advertising is focused generally on people up to 15 years  
high fluidity of employees  
few innovative goods.

The McDonald's corporation has the vision of the purpose, and it sounds so: "To be the best in the world of fast food restaurants". It means that restaurants of the McDonald's company will be the best place where their visitors in a clean, pleasant situation will be able to receive fast, friendly service and favourite dishes which will be fresh and hot where it will be interesting to them, - and all this at the affordable price.

Thus, multinational corporations serve as the most important transmission medium of new technologies, dissemination of information on new products therefore public preferences change. Multinational corporations have great opportunities for impact on economy of the countries. Globalization of activity of corporations allows them to transfer from the country to the country in the interests huge resources. Therefore, further, the countries need to react adequately to globalization processes to adapt to new conditions and to use chances which are provided by internationalization of world economy.

References:

1. Стукало А., Авдеева Т. Глобализация мировой экономики // Международная жизнь. – 2017. – № 5. – С. 49-56.
2. Михайлов В. Глобализация – объективный фактор развития современного мира // Безопасность Евразии. – 2014. – № 1. – С. 217-218.
3. Официальный сайт: <http://mcdonalds.com>. Режим доступа: <http://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/about-us/history.html>

### **СЕКЦИЯ 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

#### **МАРКЕТИНГОВАЯ СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДОНЕЦКОГО КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА**

Кондитерская отрасль в условиях экономической нестабильности является одной из наиболее динамично развивающихся, привлекательных для развития бизнеса. Экономическая ситуация последних 4 лет стимулировала донецкие кондитерские компании концентрировать свои усилия на производстве недорогой продукции. Большинство видов кондитерских изделий не ограничены рамками единых стандартов качества и ценовыми ограничениями; государственные стандарты (ГОСТ) действуют лишь в отношении нескольких позиций, поэтому у донецких кондитерских предприятий существует возможность изменять ассортимент производимой продукции, в т. ч. за счет изменения качества. Всё вышеперечисленное свидетельствует об актуальности исследования маркетинговой специфики функционирования донецкого кондитерского рынка. Отдельные аспекты исследуемой проблематики были рассмотрены в работах зарубежных и отечественных учёных: Амбарцумян А.В., Евдокимовой С.С., Ермаковой Н.В., Бывалец О.А., Якимовой С.А., Пьянкова В.В., Куракиной А.Н., Красиной И.Б., Тарасенко Н.А., Филипповой Е.В. и др. не достаточно подробно, что требует дальнейшего изучения. Цель исследования – анализ маркетинговой специфики функционирования донецкого кондитерского рынка.

Товарный рынок представляет собой систему организационно-экономических отношений и действий, сферу оборота товара, где на протяжении определённого времени и в рамках определённой территории устанавливается взаимный спрос и предложение. Донецкий кондитерский рынок представлен как зарубежными компаниями, так и отечественными предприятиями (ДП "ТОР" и ООО "ЛАКОНД"), которые производят шоколад, сахаристые и мучнистые кондитерские изделия. На отечественных кондитерских рынках за счет их открытости, функционирования большого количества производителей очень высокий уровень конкурентной борьбы. Успешно происходящий процесс импортозамещения в кондитерской промышленности обусловлен, наряду с повышением эффективности деятельности российских компаний, повышением цен на импортное сырьё, импортные сладости. Действие этого фактора будет ослабевать по мере стабилизации экономики и перехода в фазу экономического подъема [1-3].

В 2018 г. рост потребительских цен отмечен в шоколадном сегменте донецкого кондитерского рынка, составляет 1,3-5 % в анализируемом периоде. Нешоколадный сегмент (сахаристый и мучнистый сектор) демонстрирует

некоторое снижение цен по сравнению с предыдущим годом на 3,5-20,8 % и 3-3,5 % соответственно. В целом донецкий кондитерский рынок в 2018 г. представлен небольшим снижением потребительских цен на 4,8 % [4]. Следует отметить, что фактор сезонности специфичен для исследуемого рынка, следовательно, в сентябре-декабре спрос на кондитерскую продукцию и цена возрастают (школьный сезон, новогодние праздники), что несколько скорректирует полученные значения показателей.

В исследуемом периоде объёмы экспорта товаров пищевой промышленности увеличились на 75 %, в т. ч. кондитерских товаров – на 33 %, что является положительной тенденцией. В 2015 г. зафиксированы уменьшения объёмов экспорта как в целом по отрасли, так и по кондитерским группам товаров, 2016 г. и 2017 г. демонстрируют рост соответствующих показателей [5]. Анализируя внутреннюю среду функционирования донецкого кондитерского рынка, целесообразно заключить следующее:

1) сильными сторонами являются: расширение потребительского спроса; инновационное развитие в отрасли; рост численности субъектов ВЭД; снижение цен в мучнистом и сахаристом сегментах рынка; трансформация рынка: появление многоярусности рынка; расширение ассортимента кондитерских изделий; высокая доля предприятий малого и среднего бизнеса, особенно при производстве мучных кондитерских изделий;

2) возможности: потенциал роста рынка; формирование глобальных сбытовых сетей; тесная связь с развитием глобального ритейла; внедрение результатов НТП в функционирование рынка; формирование предприятиями (компаниями) глобальных брендов; увеличение объёмов экспорта кондитерской продукции на традиционные рынки сбыта; глобальные тенденции: изменение потребительских предпочтений от вредного к природному; расширение географической диверсификации направлений поставок;

3) слабые стороны: медленное оживление экономического развития в отрасли после кризиса; сильная зависимость от импортируемого сырья (особенно какао); сезонный характер производства; рост цен на шоколадную продукцию; недостаточный объём средств и опыта в продвижении продукции для последующей трансационализации отрасли; малые масштабы производства;

4) угрозы: перенасыщение рынка; стремительный рост конкуренции в отрасли; отсутствие поставок качественного сырья какао-бобов.

Анализируя внешнюю среду функционирования донецкого кондитерского рынка, целесообразно заключить о влиянии следующих факторов:

1) политические: политическая нестабильность в регионе, последствия военного конфликта; активное вмешательство государства в экономику; различные форс-мажорные обстоятельства;

2) экономические: незначительный рост среднего класса; слабое оживление экономики после кризиса; сокращение реальных доходов населения; функционирование глобальных ТНК (Mars Inc., Nestle SA, Ferrero Group, Kraft Foods Co, Hershey Company и др.); высокая конкурентоспособность продукции

мировых кондитерских ТНК;

3) социальные: зависимость от конкретных потребительских предпочтений; формирование глобального спроса; массовое стремление потребителей к реализации здорового образа жизни; выбор в пользу кондитерских продуктов органического происхождения;

4) технологические: возможность внедрения инновационных продуктов; интернационализация НИОКР; активизация международной торговли кондитерской продукцией на основе инноваций; высокое качество продукции, основанное на технологических стандартах; разработка технических регламентов с учётом их адаптации к мировым стандартам кондитерских рынков.

Таким образом, результаты исследования маркетинговой специфики функционирования донецкого кондитерского рынка позволяют сделать вывод о том, что концептуальные направления развития отечественного кондитерского рынка сформированы с учетом с его конъюнктурной специфики: 1) изменения, происходящие в нормативно-законодательной базе, как на уровне экономики, так и на глобальном уровне; 2) трансформации, происходящие на уровне развития предприятий (микроуровне); 3) изменения в качестве производимой продукции и ее ассортименте; 4) кардинальные сдвиги в организации маркетинга и рекламы кондитерской продукции; 5) кондитерский рынок имеет устойчивый характер развития, что делает его привлекательным для инвестиций; 6) стабильный рост экономик стран способствует росту покупательной способности населения, увеличению затрат на приобретение кондитерских изделий и росту объемов производства; 7) перспективное развитие кондитерского рынка связано с увеличением уровня концентрации производства, все большему преобладанию неценовой конкуренции, основанной на инновациях; 8) все более активное расширение диапазона использования разнообразных маркетинговых инструментов в современных условиях хозяйствования. Актуальными остаются вопросы прогнозирования потенциально возможных результатов деятельности операторов кондитерского рынка в средне- и долгосрочной перспективах, разработка стратегических направлений развития отечественной кондитерской отрасли, что является задачами дальнейших исследований.

Список использованных источников:

1. Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mptdnr.ru/biz/272.html>

2. Дочернее предприятие «ТОР» компании «Донбасс-Кондитер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nkdnr.ru/node/343>

3. Кондитерская компания «Lakond» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lakond.ru/>

4. Индексы потребительских цен по отдельным группам товаров и услуг в 2018 году (к соответствующему месяцу предыдущего года) [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: [http://glavstat.govdnr.ru/pdf/cena/ind\\_zen3\\_0518.pdf](http://glavstat.govdnr.ru/pdf/cena/ind_zen3_0518.pdf)

5. Хандельды, В. Инвестиционный потенциал ДНР в цифрах и фактах / В. Хандельды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://delovoydonbass.ru/news/issledovaniya/investment\\_potential\\_of\\_the\\_dni\\_in\\_facts\\_and\\_figures/](http://delovoydonbass.ru/news/issledovaniya/investment_potential_of_the_dni_in_facts_and_figures/)

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Грибань А.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА УГЛЯ**

Глобализация рынка угля в мире является очень важной составляющей горнодобывающей промышленности, добыча угля проходит различными способами, к примеру, подземная и открытая разработка месторождений, эксплуатация скважин, добыча угля на морском дне и т.д., что обуславливает актуальность этой темы. Целью работы является исследование особенностей функционирования мирового рынка угля. Задачи исследования: изучить общие особенности функционирования мирового рынка угля; проанализировать мировые запасы угля. Вопросами исследования тенденции развития мировой угольной промышленности занимались такие ученые, как А.А. Саблуков, А. Лопатин, Агрикола, А.С.Булатова, В.И.Волошина, М.И.Гельвановского, Ю.Г.Грибина, Р.С.Гринберга, Ю.А.Ершова, В.Е.Зайденварга, В.М.Зыкова, Н.Изыргона, С.Л.Климова, Г.И.Козового, Г.Л.Краснянского. Однако, некоторые аспекты этой научной проблемы не были изучены в полном объеме и требуют дальнейшего рассмотрения.

Всем известно, о том что мировой рынок угля сильно влияет на экономическое развитие многих стран мира. Для определения этой эффективности и перспектив дальнейшего развития угольного бизнеса, в мировой практике чаще всего используют интегрированный метод, который учитывает разнообразие факторов, которые влияют на итоговый результат.

Угольная промышленность остается одной из важнейших отраслей мирового хозяйства, но не смотря на это со стремительны развитием нефтяной и газовой промышленности она немного упустила свои позиции. Доля угля в использование энергии в мире падает и к 2019 г. по прогнозам снизится примерно до 20 против 24 в 2002— 2003 гг. и более чем 25 в 1971 г [1, с. 63-65].

Распространенность Месторождений угля, которая позволяет в наибольшей степени опираться на снабжение из региональных источников, очень сильно мешает в развитии мирового торгового угольного обмена. Он остается топливом, которым человечество обеспечено достаточно полно. Только одни точные запасы угля по стандартам запада составляют около 1,1 трлн т, что указывает, полную обеспеченность при современном уровне добычи равняется примерно 122 годам [1, с. 70-72].

Одними из самых важных параметров так и остаются качество и

геологические характерные черты месторождений угля. Уголь является довольно неоднородным энергетическим источником, чем нефть и природный газ, его качество преуспевает в значительных размерах по регионам. На пример, Австралия, США и Канада имеют большие запасы хороших углей, которые могут быть использованы для производства кокса.

#### Топ-5 стран по запасам угля

1. Первое место в мире по запасам угля занимают США, они составляют больше четверти (25,6%) мировых запасов. Запасы каменного и бурого угля в США были оценены в 226 284 млн тонн. Этих запасов хватит примерно на 244 года.

2. России достается второе место по величине объема угля. Эти запасы составляют 146 012 млн тонн, что насчитывает более 17% от всех запасов в мире. Но не смотря на это, большая их часть не является пригодной к использованию, так как находится в Сибири, в вечной мерзлоте. Однако запасов, которые являются доступными, хватит больше, чем на 500 лет.

3. Третье место по запасам угля достается Китаю. В этой стране находится 113 567 млн тонн угля и 13,8% от мирового объема. Помимо этого Китай остается самым крупным в мире производителем угля – на его долю приходится более 44% добываемого ископаемого топлива.

4. Австралия отдала четвертое место, запасы этой страны составляют 75 430 млн тонн и 8,6% от мировых запасов. Австралия на сегодняшний день является самым крупным в мире экспортером угля. На ее долю приходится примерно 30% перевозок угля морем.

5. Последней страной в этом рейтинге является Индия с 61 605 млн тонн и 6,8% от всех мировых разведанных запасов

6. Страна постепенно лишается своего преимущества среди угольных держав мира. Несмотря на то, что Рурский бассейн на 6 месте по запасам топливного сырья (287 млрд.т.), пласты угля находятся ниже отметки в 2 тыс.м. Поэтому их добыча крайне затратная и нерентабельная. В 2018 г. запланировано закрытие 2 последних шахт. Выработки на них достигли глубины 1 тыс.м.

7. Украина Имеет наиболее неустойчивое положение, связанное с непростой военно-политической и социально-экономической ситуацией в стране. Донецкий бассейн (10-месте в мире), с резервом в 141 млрд. т угля, оказался разделенным на части между Украиной, ДНР, ЛНР, РФ. Его разработка велась с XIX в. Почти 1/3 шахт перешагнула 100-летний рубеж. Страна превратилась в импортера угля.

8. Казахстан В республике получили развитие все отрасли угледобывающей промышленности, что обусловлено наличием мощных пластов твердого топлива (Экибастуз, Караганда, Тургай). Главный недостаток, снижающий ценность казахского угля – его высокая зольность, что делает невозможным транспортировку на дальние расстояния. Сырье потребляется на внутреннем рынке.

9. ЮАР Угольные пласты обнаружены по всей территории Южной Африки. Часть бассейнов находится в пограничных с Замбией и Зимбабве зонах. Сырье почти в равной степени добывается открытым и закрытым способами. Для собственных нужд республика производит энергетические марки угля. Острая необходимость в них вызвана преобладанием ТЭС в энергокомплексе страны.

10. Индонезия Залежи каменноугольного сырья сконцентрированы на о. Суматра (60%). Также имеются месторождения на Калимантане, Яве и Сулавеси. Страна обладает перспективами для дальнейшего развития добывающей отрасли. 86% (421 млн. т), полученного топлива вывозится за границу. Республика поднялась на первую ступеньку в перечне глобальных экспортеров угля[2].

Список использованных источников:

1. Тезисы докладов Министра энергетики РФ А.В. Новака на XVIII Международном конгрессе обогащения угля (Россия, г. Санкт-Петербург, 28.06.2016 г.) // Уголь. – 2016. – №7. – С. 63-72.

2. Филимонов Ф.Ю. Особенности и факторы мирового рынка угля, влияющие на его развитие [Текст] // Инновационная экономика: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2016 г.). – Казань: Бук, 2016. – С. 21-26.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Слюсаренко А.В.,  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА**

В условиях глобализации мирового рынка сельское хозяйство является главным источником продовольствия и сырья растительного, животного происхождения. Продовольствие (его производство, распределение, обмен и потребление) является основной составляющей функционирования мировой системы и занимает отдельное место в мировой экономике, а его дефицит рассматривается как бедствие, что обуславливает актуальность данной темы исследования. Вопросами анализа развития отрасли сельского хозяйства занимались ученые: В.А. Бгашев, К. Дайнингер, М. Картер, Л. Кристиансен, М. Моррис, Г. Олдерман, П.А. Плетнев, Е.В. Серова, Р. Таунсенд, П. Хейзелл, К. Дайнинг и другие, однако некоторые аспекты этой научной проблемы не были изучены в полном объеме и требуют дальнейшего рассмотрения. Целью работы является исследование специфики функционирования мирового рынка продукции сельского хозяйства. Задачи исследования: рассмотреть общую характеристику мирового сельского хозяйства; исследовать товарную и географическую структуру мирового рынка сельскохозяйственной продукции;

сформулировать дальнейшие перспективы развития мировой отрасли сельского хозяйства.

Сельское хозяйство существенно отличается от других материальных производств своей зависимостью от разнообразных природных условий, которые в относительно высокой мере определяют образование сельскохозяйственных районов и основные торговые потоки сельскохозяйственных товаров. Несмотря на высокую степень привязанности к природным факторам, производство сельскохозяйственной продукции не менее зависит и от социально-экономических условий: обеспеченности трудовыми ресурсами, средствами производства, форм владения и использования земли и др. Развитие сельского хозяйства осуществляется в направлении возникновения аграрно-промышленных комплексов (АПК). АПК содержит следующие элементы: 1) производство машин, семян, химикатов, средств для борьбы с вредителями растений и др.; 2) производство сельскохозяйственной продукции; 3) транспортирование продукции, ее переработка и сбыт. По стоимости своих товаров и услуг в высокоразвитых индустриальных странах в 2017 г. эти 3 сектора АПК соотносятся как 1:2:7. В развивающихся странах пропорции между секторами изменяются преимущественно в сторону производства сельскохозяйственной продукции. Главную роль в приравнивании соотношений играют крупные ТНК, которые сосредотачивают значительную часть мирового производства, а также рынок сельскохозяйственной продукции [1].

В мировом сельском хозяйстве в 2017 г. занято 46 % экономически-активного населения, в то время как в странах Африки и Азии - более 59 %, в Океании и Южной Америке – 18 %, в Северной Америке и Европе – 9-11 %. Международная продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН - ФАО (Food and Agricultural Organization) ежегодно публикует отчеты по торговле и производству сельскохозяйственной продукции по всем государствам мира. Растениеводство развивается практически во всех природных зонах мира, кроме тундры, высокогорий и арктических пустынь. Зерновые культуры составляют 1/2 всей обрабатываемой территории в мире. Мировое производство зерновых достигло 1,9 млрд. т. Среди основных культур зернового хозяйства - пшеница, кукуруза, рис. Китай, США, Индия и Россия являются крупными производителями зерна, составляют 55% валового сбора зерновых в мировом хозяйстве. Пшеницу выращивают более чем в 70 странах мира. Это исключительно степная культура, прорастающая в Азии, Европе и Северной Америке. Рис является также одной из древнейших культур. Запасы риса концентрируются почти в 100 странах мира. Уникальность этой культуры состоит в том, что она прорастает в зонах муссонного климата. В Азии (Китае, Индонезии, Индии, Вьетнаме, Японии) произрастает 89% всего объема риса. В эпоху Великих географических открытий кукуруза была привезена в Европу из Америки. Впервые она появилась в Мексике, а сейчас имеет распространение в Северной Америке и Зарубежной Азии. Среди основных мировых экспортеров пшеницы можно назвать следующие страны: США, Канада, Австралия,

Франция; риса - Таиланд и США; кукурузы – США и Аргентина. Во всех без исключения странах мира распространены овощные культуры. Картофелю принадлежит главная роль среди клубнеплодных культур. Родиной картофеля является Латинская Америка. Самый существенный сбор картофеля представлен в странах Европы, Китае, Индии и США. Сахароносные культуры характеризуются производством сахарного тростника (он выращивается в условиях тропического, субтропического и муссонного климата) и сахарной свеклы (культивируется в умеренном поясе). Ведущие производители сахарного тростника - Бразилия, Индия, Китай, Куба; сахарной свеклы - Украина, Франция, Россия, Польша и США. Среди непродовольственных представлены волокные культуры (лен, хлопчатник, джут), табак и натуральный каучук. Лен и хлопчатник принадлежат и к волокнистым, и к масличным техническим культурам. Хлопковые семена собираются в Индии, Пакистане, Китае, США, Узбекистане. Страны, которые расположены в зоне умеренного климата, обладают запасами животноводческой продукции. Наибольший объем животноводческой продукции представлен скотоводством. Самое крупное поголовье крупного рогатого скота находится в странах Азии и Латинской Америки. Свиноводство (более 0,7 млрд. голов) - источник получения 2/5 объемов мясной продукции. По поголовью свиней I место занимает Китай. Значительное количество продукции свиноводства сконцентрировано в США, России, Бразилии, Германии. Овцеводство (1,1 млрд. голов) сосредоточено в степных, полупустынных районах, а также в горных зонах. Лидирующее место по поголовью овец занимают Австралия, Аргентина. Рыболовство развивается практически повсеместно; улов рыбы и морепродуктов достигает 110 млн. т. в год. Более 1/2 всех мировых уловов находится в 6 стран - Японии, Китае, США, России, Перу и Чили. Все большее развитие получает селекция рыбы, особенно в Японии и Китае [2].

Одной из важнейших глобальных проблем функционирования рынка сельскохозяйственной продукции является перераспределение продовольствия. Не смотря на беспрецедентное увеличение уровня процветания в мире, в некоторых регионах мира возникает голод. В странах Азии и Африки сложилась чрезвычайно катастрофическая ситуация с продовольствием из-за гражданских конфликтов и значительного количества беженцев. Согласно отчету ООН, в 2017 г. количество голодающих в мире достигло 950 млн. чел., а число недоедающих по данным ФАО - 800 млн. чел. Если развитые государства, ощущающие избыток продовольствия, намерены сохранить свой уровень и качество жизни, им целесообразно помогать развивающимся странам. Основная предпосылка реакции мирового сообщества на данную проблему – выработка соответствующего понимания экономики продовольственной проблемы. В Африке, например, существует значительное количество возможностей для расширения производства продовольствия, но для этого необходимо провести соответствующую экономическую политику [3, с. 68].

Таким образом, мировой рынок продукции сельского хозяйства

характеризуется как неотъемлемая и важнейшая часть мирового хозяйства, так как он обеспечивает население мира продовольственными товарами. Китай, Индия и США являются лидерами по совокупному доходу от сельского хозяйства. Страны Азии и Африки являются наименее развитыми регионами в сельском хозяйстве на мировом рынке, а рассмотрение вопросов оптимизации географической структуры развития мирового рынка сельскохозяйственной продукции является одной из задач дальнейших исследований по научному вопросу в современных условиях хозяйствования.

Список использованных источников:

1. Библиографическая ссылка: ХитАгро.RU. Все о сельском хозяйстве [Электронный ресурс]. URL: <http://hitagro.ru/selskoe-hozyajstvo-mira/>
2. Библиографическая ссылка: АГРОХХІ. Агропромышленный портал. 10 стран с наиболее развитым сельским хозяйством [Электронный ресурс]. URL: <https://www.agroxxi.ru/stati/10-stran-s-naibolee-razvitym-selskim-hozjaistvom.html>
3. Бгашев, В.А. Особенности формирования и функционирования аграрного рынка региона / В.А. Бгашев // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 1. – С. 66-75.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Солнцева О.В.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА**

В условиях глобализации интернациональная торговая площадка строительных предприятий характеризуется стремительным совершенствованием всемирной торговли комплексным спецоборудованием, инженерно-консультационным сервисом и условно значимой ролью, которую играет фундаментальное застраивание в капиталовложении и воспроизводстве. Возрастает роль содействия Российской Федерации в процедурах на межнациональном рынке строительных услуг (СУ) в качестве импортера и экспортера. Вопросами анализа функционирования мирового строительного рынка занимались ученые Дж. Беннет, Р. Бон, Ч. Брокманн, Дж. Гирмшейд, Дж. Муди, Л. Раддок, Дж. Стейн. Дж. К. Йетс и др. Исследованию актуальных форм и методов осуществления СУ на мировом рынке посвящены труды С. Грюнеберга, Г. Хофстеде, Дынкина А.А., Барановского В.Г. и др. Некоторые аспекты этой научной проблемы не были изучены в полном объеме и требуют дальнейшего рассмотрения. Целью работы является исследование специфики функционирования мирового строительного рынка. Задачи исследования: рассмотреть общую характеристику функционирования строительного рынка; исследовать факторы, оказывающие влияние на деятельность предприятий СУ в современных условиях хозяйствования.

Осуществление рыночных связей в строительном ансамбле имеет ряд определенных отличительных характеристик, общих для всех областей капитального строительства: привязка к земле, относительно продолжительный период формирования, внушительные одновременные издержки капитальных инвестиций, особенности, которые связаны со своеобразностью вида (отрасли) строительной деятельности. В 1998-2017 гг. существенно увеличился удельный объем фирм из развивающихся стран: на 1 месте КНР, однако среди значительных международных подрядчиков на данный период лидирующие позиции занимают компании развитых стран. Поставщики из Индонезии, Турции, Южной Кореи, Бразилии, Мексики, Филиппин объединяются с фирмами из развитых государств для реализации определенных инвестиционных проектов. Стабильно высокая и благоприятная конъюнктура на рынке СУ в 2018-2027 гг. будет наблюдаться в азиатских странах. Традиционно лидирующие позиции на мировом рынке СУ принадлежат американским подрядным компаниям, далее следуют компании Франции, Великобритании, Японии и Италии. Преимущественно сильным является положение американских фирм в Канаде, Западной Европе, на Ближнем и Среднем Востоке, японских – в Азии, западноевропейских – в Африке, США и Латинской Америке [1, с. 14].

Циклический характер развития наблюдается в движении спроса на СУ, что зависит от инвестиционных процессов в потребляющих отраслях. Неопределенно и прерывисто проявляется влияние экономического цикла на развитие межнационального рынка СУ на разных его стадиях. Уменьшение спроса национальных рынков под влиянием циклического снижения обычно заставляет строительно-подрядные фирмы активизировать свою иностранную деятельность. Значительно возрастает предложение на мировом рынке СУ, в то время как уменьшение спроса еще не успевает распространиться на все региональные рынки. Поэтому на начальном этапе циклического спада его влияние на объем операций мирового рынка СУ может носить обратный, т. е. стимулирующий характер. Воздействие экономического цикла на динамику мирового рынка СУ осуществляется с определенными временными лагами, длительность которых для интернационального рынка приблизительно на 1 год больше, чем для строительной отрасли в развитых странах [2, с. 212].

Значительное влияние на функционирование предприятий на мировом строительном рынке оказывает конкуренция стоимости, принимая особенно явные формы на рынках стран с минимальной платежеспособностью, а также при осуществлении технологично легких проектов (подрядные компании Турции, Южной Кореи). Американские подрядчики в условиях ценовой конкуренции попадают в затруднительное положение, т. к. степень ставок заработной платы их штата намного выше определенных индексов у подрядных фирм других государств. В американском праве нет льгот по обложению налогами заработной платы в иностранном строительстве. Действительный оклад американских инженерно-строительных работников за рубежом, по факту может быть меньше, чем у их коллег из стран Западной Европы, в то

время как содержание американских работников значительно выше [3, с. 156].

Мировой рост населения и нерешенность проблемы жилья во многих странах, значительная потребность в строительстве новых и в обновлении действующих строительных предприятий, объектов общественного назначения и инфраструктуры, неизменное увеличение объема работ по улучшению существующих зданий являются факторами повышения спроса на продукцию капитального строительства на мировом рынке [2, с. 213].

Увеличение торговли СУ имеет значение как для мировой, так и для национальной экономики, оно влияет на рост ВВП и создает базис для развития отраслей экономики страны, залаёт вектор для развития и притока технологий, инвестиций, обеспечивает занятость и доходы населения. Без участия отечественных строительных производителей, качественного специального оборудования и материалов, без наличия финансовой поддержки не может быть осуществлена успешная работа российских строительных поставщиков. Строительство значительных объектов за рубежом требует непростых механизмов субсидирования, однако устройства подобного типа мало освоены российскими подрядными организациями. Основные тенденции мирового строительного рынка заключаются в усилении позиций Китая, выхода Индии на 3 позицию по темпам роста объемов СУ в мире, анализ которых является задачей дальнейших исследований в современных условиях хозяйствования.

Список использованных источников:

1. Дынкин, А.А. Россия и мир: 2016. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / Рук. Проекта – А.А. Дынкин, В.Г. Барановский. – М.: ИМЭМО РАН, 2015. – 17 с.
2. Global Built Asset Wealth Index 2015. – ARCADIS, 2016. P. 246.
3. World Economic Outlook 2017. – US, Wash.: IMF, 2018. P. 188.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Шенкарюк А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТАБАКА**

Мировой рынок табака один из самых динамично развивающихся, несмотря на усилия, предпринимаемые правительствами разных стран по сокращению потребления табачных изделий. Изучением рынка табака занимались такие ученые, как Р. Пето, Ю.Г. Липец, В.А. Пуляркин, С.Б. Шлихтер, В.А. Саломатин и другие, но в полной мере проанализировать его не удалось, поэтому некоторые моменты требуют подробного дальнейшего рассмотрения. Целью работы является анализ особенностей функционирования мирового рынка табака. Задачи исследования: изучить общие особенности функционирования мирового рынка табака; проанализировать спрос и

потребление табака в разных странах мира.

По данным «Бритиш Американ Табакко» ежегодно во всем мире производится более чем 5,5 млрд. сигарет общей стоимостью почти 600 млрд. долл. [1, с. 12]. В 2013-2017 гг. натуральный объем продаж табачных изделий в мире снизился на 28,6 %: с 18,3 до 13,1 млрд. упаковок. Продажи снижались ежегодно, с 2015 г. – все большими темпами [2, с. 400].

В мире существует значительное количество видов табачной продукции:

1) курительные табачные изделия, предназначенные для курения – сигареты, сигариллы, сигары, папиросы, табак для кальяна, табак курительный тонкорезанный, табак трубочный, биди, кретек.

2) некурительные табачные изделия, предназначенные для сосания, жевания или нюханья – табак сосательный (снюс), табак жевательный, табак нюхательный, насвай [1, с. 15].

Наиболее известные мировые табачные компании представлены следующими видами : British American Tobacco (США, Великобритания), CNTC - China National Tobacco Corporation (Китай), Philip Morris International (США), Imperial Tobacco (Великобритания), Japan Tobacco (Япония) и другие [1, с. 16].

Причинами снижения продаж являются результаты введения «анти табачного закона», рост акцизов на табачную продукцию, повлекший за собой рост розничных цен, отказ от курения традиционных сигарет в пользу электронных сигарет и вейпов, снижение покупательской способности, а также мода на здоровый образ жизни и пропаганда отказа от табакокурения (социальная реклама, добавление на пачки сигарет фотографий последствий курения и пр.). Большое влияние на снижение продаж в 2013-2017 гг. оказал рост цен на продукцию, прежде всего в результате неоднократного повышения акцизов на табачные изделия [3, с. 173].

В 2018-2022 гг. ожидается продолжение снижения продаж табачных изделий в мире в натуральном выражении [1, с. 13].

В 2013-2017 гг. предложение табачных изделий в мире снизилось на 25,4% с 23,5 до 17,5 млрд. упаковок. На протяжении периода имело место ежегодное сокращение предложения табачных изделий в мире относительно предыдущего года. При этом наибольшее падение предложения за период было по итогам 2017 г (на 16,7%). Основной причиной сокращения предложения табачных изделий является снижение внутреннего производства, составляющего большую часть предложения [2, с. 15].

В 2018-2022 гг. объем предложения продолжит снижаться убывающими темпами. В 2022 г. натуральный объем предложения табачных изделий в мире составит 12,5 млрд. упаковок [2, с. 20].

По данным прогнозам спрос и потребление табачной продукции в мире будет снижаться, и данная промышленность станет меньше востребована в будущем.

В России присутствует 80 табачных предприятий (37.5% - крупные) и на них работает около 65 тыс. рабочих. Главные компании: Филип Моррис

Интернэшнл (Москва), БАТ Россия (Москва), ЗАО Лигgett-Дукат (Москва), ООО Петро (Санкт-Петербург), ООО Табачная фабрика Реемтсма-Волга (Волгоград). На начало 2017 года Japan Tobacco International занимает 36% рынка [3, с. 176].

По данным Росстата (Единой межведомственной информационно-статистической системы) в России в 2015-2017 гг. ежегодно производилось около 390-400 млрд. сигарет. При этом себестоимость производства каждой пачки (20 сигарет) оценивалась в сумму от 6-8 рублей. Объем контрабанды оценивается не более чем в 0,7% рынка [3, с. 180].

Таким образом, особенностями функционирования мирового рынка табака являются не стабильность динамики продаж, а также вектор на улучшение продукции, так как становится все меньше подделок, расширяется премиум-сегмент, выводятся на прилавки оригинальные форматы сигарет. Сейчас существует постоянный спрос на табачную продукцию. Основной спрос обеспечивают жители развивающихся стран. В более развитых странах спрос на табачную продукцию снижается, благодаря активной борьбе государств с курением, приносящим огромный вред здоровью населения.

Список использованных источников:

1. Peto R et al. Mortality from smoking worldwide. *British Medical Bulletin*, 1996, 52(1): 12–21.

2. Липец, Ю.Г. География мирового хозяйства / Ю.Г. Липец, В.А. Пуляркин, С.Б. Шлихтер – М.: ВЛАДОС, 2009. – 400 с.

3. Саломатин, В.А. Перспективы инновационного развития табаководства в мире / В.А. Саломатин. Краснодар: ГНУ ВНИИТТИ, 2017. – С. 173-180.

Охременко С.И., к.т.н., доц.,  
Мохий В.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ФИЛОСОФИИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА**

Мировая экономика представляет собой вид экономики, основанной на экономических системах всех стран мира и народных хозяйствований, а также на экономических системах региональных сообществ, которые в совокупности образуют общую глобальную и масштабную систему. Глобальные процессы, происходящие в мире, целиком влияют на развитие мировой экономики, что приводит к усилению интернационализации экономик наций, фирмы (предприятия) и организации абсолютно всех стран принимают непосредственное участие в формировании климата в международном бизнесе.

Осуществляя такую бизнес-деятельность, фирма должна выстроить ее с учетом нынешнего состояния мирового рынка, основываясь на точном знании нужд и запросов потребителей, а также учете возможного их изменения в

дальнейшем. Эти знания и обеспечиваются благодаря реализации международного маркетинга. Осуществление международной деятельности и маркетинга дают возможность понять, степень удовлетворенности тех или иных нужд и потребностей.

Все фирмы, использующие в своей деятельности международный маркетинг, должны направлять ее на удовлетворение выявленных ранее нужд и потребностей на зарубежных рынках, а также достижению на такой основе желаемых конечных результатов своей работы. При этом международный маркетинг помогает менеджерам компании сформировать взгляды на текущее развитие мирового рынка, возможное поведение на нем фирмы и трансформируется в определенную систему суждений, которые обеспечивают в дальнейшем перспективу взаимодействия фирмы с окружающей его средой существования. И, таким образом, являясь методологией осуществления эффективной внешнеэкономической деятельности, международный маркетинг становится философией современного бизнеса на мировом рынке [1].

Деятельность разных фирм в основном направлена на достижение желаемых ними конечных результатов на просторах внешнего рынка. Достижение данных результатов может быть получено благодаря грамотной реализации стратегий и планирования маркетинга, согласно которым необходимо выполнение комплекса мероприятий, для достижения целей деятельности фирмы и стратегических бизнес единиц.

Поэтому необходимо постоянно учитывать фактическое состояние дел и проводить корректирование запланированных мероприятий, в зависимости от ситуации на рынке. Международный маркетинг не следует сравнивать с таким видом международной деятельности, как международная торговля, а в частности экспорт. В реальности при осуществлении международной торговли можно не учитывать реальные потребности в товарах. Производители продукции ограничиваются лишь добросовестным отношением к выполнению всех условий поставки, оговоренных в заключаемых ими контрактах и требований к качеству товаров и не знают реального состояния мирового рынка, конкретных запросов и потребностей в производимых товарах.

Практика использования международного маркетинга показывает, что выборочное использование отдельных его составляющих, например, изучение товара, а также прогнозирование рынка, не дает полноценного эффекта. Только в комплексном подходе возможен успешный выход на международный рынок с новейшими товарами и услугами. В нынешнее время много предприятий РФ в основном ориентированы на международные рынки и развитие экспортного потенциала в целом, но административные торговые барьеры и отсутствие необходимого опыта препятствуют этому. При таком подходе большая часть предприятий использует в своей внешнеэкономической деятельности только традиционный экспорт, т. е. продажу за границу товара без какого-либо дальнейшего сопровождения со стороны маркетинга. Только отдельными предприятиями возможно применение глобального маркетинга, когда их деятельность за границей направлена на охват не только сбыта, но и почти

всех функциональных сфер деятельности предприятия, такие как: снабжение, исследование, разработки, персонал и т. д.

В современных концепциях международного маркетинга ярмарки и выставки стали играть особую роль. Большинство американских фирм более 25 % всех средств, выделяемые на маркетинг, используют в качестве затрат на подготовку и участие в такого рода международных мероприятиях. Еще значительный размер таких затрат у европейских фирм, который составляет более 30 %. Их положение обусловлено тем, что многие фирмы считают в ярмарки и выставки важным инструментом международного маркетинга, который позволит им более успешно решать существующие проблемы, повышать реализацию эффективной товарной и ценовой политики, а также политики сбыта продукции. Целью предприятия должно быть решение таких проблем посредством участия фирм в любой международной ярмарке или же выставке.

Бесспорным лидером по числу проведения таких бизнес-мероприятий и их посещаемости является западная часть Европы. Каждый десятый житель стран ЕС ежегодно посещает ярмарку или выставку. А среди стран-лидеров в ярмарочной и выставочной деятельности принадлежит Германии. Данное государство располагает около 2 млн м<sup>2</sup> ярмарочных и выставочных площадей, где возможно разместить до 85 тыс. экспонентов. Это позволяет принимать до 8 млн посетителей в год. Одновременно с ФРГ важная роль в проведении международных ярмарок и выставок на Европейском континенте принадлежит таким странам, как: Франция, Италия, Великобритания, Испания и Бельгия. Как и в Европейских странах, эта деятельность широко развита в Соединенных Штатах Америки и Канаде. Но в последние годы более динамичное развитие по сравнению с Американским и Европейским континентами получила ярмарочная и выставочная деятельность в странах Юго-Востока Азии.

Принято считать, что ярмарка или выставка является международной, если 15-20% экспонентов принадлежат фирмам зарубежных стран. Во время проведения международной ярмарки или выставки экспонент реализует все имеющиеся у него возможности, с целью достижения поставленных ранее им целей и задач. Для этого он прежде всего использует имеющийся у него стенд, а также осуществляет действия и мероприятия, которые выходят за рамки стенда для обеспечения более эффективного участия в данной мероприятии. Зачастую выставочный стенд, также называют и визитной карточкой экспонента. По своему оформлению, масштабам и представленным экспонатам он должен быть конкурентоспособным, по сравнению со стендами других фирм. Выбранных решения должны способствовать продуктивной реализации политики продвижения на внешних рынках. Основой архитектурного решения и декоративного оформления стенда является – фирменный стиль. В то же время в зависимости от вида проводимого мероприятия отдельные аспекты оформления стенда могут быть приведены в соответствие с целями ярмарки или выставки, при этом необходимо учитывать состав экспонентов и возможные сегменты посетителей. В конечном счете правильно подобранные

архитектурные решения и оформление стенда способны придают ему характерный и неповторимый внешний вид, обеспечивать ближнее и дальнее опознавание фирмы, а также ее товаров. Этого можно достичь благодаря использованию различных графических изображений; аудио- и видеосредств; применению полиграфических средств и использованию различных цветовых решений.

После окончания работы любой международной ярмарки или же выставки подводят итоги участия в ней фирмы. Необходимо ознакомление работников фирмы с первичными результатами их участия в данных мероприятиях, а именно проинформировать: о количестве посетителей и возможных изменений; об обоснованности архитектурных решений по стенду и его расположению; рациональности выбора экспонатов; о количестве потраченных средств на подготовку и участие в данной ярмарке или выставке; проведенных маркетинговых исследованиях; возможных контактах с посетителями; работе со средствами массовой информации и сообщениях об участии своей фирмы в работе этих мероприятий и др. Но, чтобы иметь более широкое и полноценное представление об эффективности их участия в работе, проводят так называемый сравнительный анализ целей участия в мероприятии международного уровня и реально достигнутых результатов в них [2].

Таким образом, подводя итоги можно сказать, что маркетинг является важным составным элементом в экономической деятельности любой компании, для достижения поставленных целей и представляет собой целую систему действий, благодаря которым ее микросреда будет адаптирована к жестким условиям макросреды и нынешнему состоянию экономики.

Список использованных источников:

1. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Мн.: Выш. шк., 2006. – 544 с.
2. Жуков, Е.Ф. Международные экономические отношения: учеб. / Е.Ф. Жуков, Т.И. Капаева, Л.Т. Литвиненко и др.; – ООО "ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА", 2000. – 485 с.

Охрименко И.Ю., ассистент,  
Демчишина Е.В.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ АСПЕКТЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

Налоги играют важную роль в экономическом росте государства, поскольку способствуют структурным изменениям в реальном секторе экономики, ускоренному развитию отдельных отраслей промышленности, влияют на выработку инвестиционной стратегии и на расширение внешнеэкономической деятельности государства.

Глобализация мировой экономики обуславливает актуальность

рассмотрения налогообложения в международном аспекте. Глобализация, развитие информационно-коммуникационных технологий, электронной коммерции стали отличительными чертами XXI века. Они усилили противоречия между глобальной экономикой и локальным характером налогообложения и тем самым остро поставили вопрос о модификации современных мировых систем налогообложения. Налогообложение в международном аспекте подробно рассматривается в специальной литературе такими авторами, как В. А. Кашин, А. В. Петров, Д. Г. Черник, О.В. Мещерякова. Целью работы является изучение системы налогообложения в странах мира.

Международная торговля имеет длительную историю, но ускоренный рост не только в торговле, а и в области финансов и инвестиций начался с конца Второй Мировой войны. Одной из важных причин стало устранение барьеров для международной торговли посредством создания Генерального Соглашения по тарифам и торговле (с 1995 г. находится под управлением Всемирной Торговой организации или ВТО) [1]. Для финансов снятие валютного контроля в большинстве развитых стран, начиная с плавающего обменного курса в начале 1970-х годов, стало заметным фактором, который привел к глобализации мирового капитала и финансовых рынков. В число наиболее значимых международных организаций входят Международный Валютный Фонд и Банк международных расчетов. Следствием роста международных сделок стало то, что международное налоговое законодательство (наряду с международной торговлей, финансами и коммерческим законодательством) стало более значимыми для правовой системы каждой страны.

Существуют два основных субъекта налогообложения. Во-первых, существует налогообложение лиц за пределами страны, которые работают или имеют собственность или доход в стране. Во-вторых, существует налогообложение лиц, которые принадлежат к стране и работают, заключают сделки или имеют имущество или доход [2].

Обычным термином, используемым в международном налогообложении для обозначения понятия принадлежности лица к стране, является «резиденция» («резидент» и «нерезидент», используемый для указания того, принадлежит ли конкретное лицо какой-либо стране или нет); аналогичным образом принятым термином для дохода, возникающего в определенном месте, является «источник» («внутренний» и «иностранный», используемый для указания того, является ли определенный доход источником внутри или за пределами страны). Эти две категории возникают практически во всех областях и типах налогообложения. Подоходный налог – это налогообложение внутренних доходов нерезидентов и налогообложение иностранных доходов резидентов. В обеих категориях случаев основная проблема заключается в возможности двойного налогообложения, которое возникает в результате несоответствия внутригосударственных и межгосударственных финансовых и торгово-экономических отношений. Двойное налогообложение - это случаи

налогообложения, когда объект налога или налогоплательщик облагается в рамках одной или нескольких фискальных юрисдикций налогом данного вида более одного раза. Формами проявления двойного налогообложения являются: налогообложение одного и того же объекта на разных уровнях государственной структуры одной страны; налогообложение прибыли юридических лиц с последующим налогообложением этого самого прибыли в виде дивидендов акционеров этой компании; налогообложение объектов более одного раза властями одного уровня (как правило различными государствами).

В мировой практике существует два подхода к определению налогообложения доходов: 1) исходя из статуса плательщика. По этому принципу налоги взимаются с гражданства, места жительства, места аккредитации, места нахождения. Такие налоги являются глобальными, то есть облагается налогом совокупный доход плательщика независимо от внутреннего или внешнего поступления; 2) исходя из источников доходов плательщика. По этому принципу налоги с доходов взимаются в пределах административно территориальных единиц, где они получены, при этом каждая статья дохода облагается отдельно [3]. Двойное налогообложение, скорее всего, будет препятствовать международным сделкам, и страны мира в целом согласны с желательностью устранения таких барьеров, как средством повышения глобального благосостояния.

Однако, несмотря на то, что среди налогоплательщиков и правительств существует общее согласие в отношении нежелательности двойного налогообложения, двойная ненасыщенность, очевидно, желательна налогоплательщиками и в некоторой степени допускается или даже поощряется правительствами.

Развивающиеся страны часто выражают мнение о том, что любое увеличение глобального благосостояния, возникающее в результате устранения международных барьеров, в основном связано с промышленными странами. Международные соглашения иногда содержат специальные режимы для решения этих проблем развивающихся стран, такие как обобщенная система привилегий по тарифам в ГАТТ, которая позволяет промышленным странам предоставлять тарифные льготы развивающимся странам, не будучи обязанными распространять их на всех членов ГАТТ.

Приоритетом любой налоговой системы всегда будет являться обложение налогом внутреннего дохода налогоплательщиков-резидентов. Однако с ростом интернационализации экономических отношений даже эта цель означает, что необходимо уделять внимание международным вопросам подоходного налога. К лучшему или худшему, глобализация мировой экономики сталкивается с развивающимися странами и странами с переходной экономикой, и страна не может изолировать себя или свою налоговую систему. Взаимозависимость рыночной экономики является новым явлением, и страны с переходной экономикой, в частности, сохраняют веру в способность регулирования проблем самостоятельно. В некоторых развивающихся странах также снижается способность экономического регулирования в нынешних

экономических условиях.

Определенный интерес представляет подход США в области налогообложения – там государство не облагает налогами резидентов других стран, но сохраняют право обложения своих граждан независимо от государства их резидентства. Конфликт неограниченной налоговой ответственности возникает, если резидент, к примеру Норвегии, являющийся гражданином США, получает доход в виде процентов от норвежского заемщика. В данном случае, и Норвегия, и США будут претендовать на неограниченное налогообложение этого дохода данного субъекта [4].

Понимание и значение международных налоговых проблем, которые стоят перед налогообложением, является одной из причин, по которой развивающиеся страны и страны с переходной экономикой делают все возможное, чтобы использовать альтернативные налоговые базы в дополнение к подоходному налогу в качестве основного источника налоговых поступлений. Налог на добавочную стоимость, акцизы, социальное страхование и налоги на имущество обычно создают меньше международных сложностей при разработке и обеспечении исполнения, чем подоходный налог.

Развитие международного налогового права позволит государствам совместно найти более действенные средства урегулирования различного рода ситуаций в области налогообложения, в том числе направления унификации налогового законодательства государств в целях уменьшения возможностей международного двойного налогообложения.

Список использованных источников:

1. WorldTradeOrganization / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.wto.org/>
2. Все про ИП [Электронный ресурс]: Субъекты налогообложения. Режим доступа: [http:// vseproip.com/nalogi-i-platezhi/sistemy-nalogooblozheniya/ subekt-nalogooblozheniya.html#i-3](http://vseproip.com/nalogi-i-platezhi/sistemy-nalogooblozheniya/subekt-nalogooblozheniya.html#i-3)
3. Электронный методический кабинет [Электронный ресурс]: Дахно И.И. Международное частное право. Режим доступа: <http://metodkabinet.in.ua/pravo/mejdunarodnoe-chastnoe-pravo>
4. Абакарова Р. Ш. Основные проблемы двойного налогообложения // Финансы и кредит. – 2014.

Пятаченко А.М., ассистент  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **РОЛЬ И ФУНКЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Малое предпринимательство играет важную роль в становлении и развитии экономики государства. Все организационно-экономические преобразования, которые происходят в экономике страны определены ее экономическими отношениями. Существует ряд проблем, стоящих перед

государством, которые может решить такая экономическая категория как «малый бизнес», а именно создание рабочих мест, улучшение конкурентных условия функционирования на рынке, наполнение рынка достойными товарами и услугами. Богатый опыт развитых стран мира показывает нам необходимость не только наличия данного сектора экономики в государстве, но и его активное развитие и поддержание.

Большинство исследований в области малого предпринимательства традиционно посвященно внешним факторам, определяющим его развитие – налоговой нагрузке, государственному регулированию и государственной поддержке. В то же время большое значение в условиях ужесточения конкуренции имеют внутренние факторы развития бизнеса – наличие стратегии, обучение персонала, использование современных технологий ведения бизнеса, поиск внутренних источников повышения конкурентоспособности фирмы.

Малый бизнес является одной из движущих сфер экономики государства. Он присутствует в хозяйственной структуре, конкурентной среде и в общественном разделении труда. С дальнейшим развитием экономики роль малого бизнеса продолжает расти. Опираясь на экономический опыт зарубежных стран можно сделать вывод о том, что ранее появление малых предприятий служило результатом наличия собственного дела, то на современном этапе открытие малых предприятий иницируется крупными компаниями для упрощения своей деятельности и передачи им части полномочий, что в какой-то степени разгружает основную работу предприятия. Также такие предприятия могут заниматься вопросами, касающиеся, налаживанием рыночных связей, обслуживанием, снабжением, сбытом продукции и все это помимо основной роли – внедрение новых товаров на рынок [1, 2, 3].

Роль малого бизнеса в экономике страны обуславливается бесперебойным функционированием экономических процессов. Его становление и развитие является одной из главных проблем экономической политики в условиях нормального функционирования рыночного механизма. Малый бизнес определяет темпы экономического развития и роста экономики, структуру и качество валового национального продукта. Развитые страны делают упор на развитие данного сектора экономики и на долю малого предпринимательства приходится около 60-70% валового национального продукта. Это и обуславливает поощрение деятельности малого бизнеса. Малый бизнес не выступает конкурентом крупным и средним компаниям, так как он тесно сотрудничает с ними и играет важную роль в инновационном процессе, и соответственно, развитию системы народного хозяйства.

Малый бизнес можно рассматривать с разных сторон: социальной; политической; экономической; культурной.

Малый бизнес играет большую роль в экономике любой страны. Он является неотъемлемой частью социально-экономической системы страны, обеспечивает стабильность рыночных отношений, втягивая большую часть

граждан страны в эту систему отношений путем открытия ими собственного дела, обеспечивая высокую эффективность производства путем глубокой специализации и кооперации производства, что благоприятно сказывается на экономическом росте национальной экономики. Развитие данного сектора в стране благоприятно влияет на оздоровление ее экономики за счет тех функций, которое оно выполняет.

Однако, существует ряд проблем в развитии малого бизнеса в нашем государстве. Они обусловлены проводимой налоговой политикой (высокие налоговые ставки), изменение в провой сфере (оформление отчетности, документации), прочерками контролирующих органов и давлением со стороны местных властей, сложность регистрации малого предприятия, лицензирования, сертификации товара или услуги [8].

В ряду функций малого малого предпринимательства можно отметить экономические, которые определяют его роль как работодателя, производителя продукции, катализатора научно-технического прогресса и участника рыночных отношений.

Малый бизнес выступает движущим фактором современной экономики, который опирается на рыночные методы ведения народного хозяйства. Формирование социально-политической стабильности общества является наиболее важной его функцией. Развитие малого бизнеса не требует больших первоначальных стартовых инвестиций и в последующем характеризуется быстротой их окупаемости. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что малый бизнес является неотъемлемой частью системы народного ведения хозяйства, способствуют здоровому развитию рыночных отношений и формирует развитую экономику государства, однако, и этому сектору экономики требуется государственная поддержка.

#### Список использованных источников:

1. Баландина Ю.А. роль и место субъектов малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях // Вестник Удмуртского университета // Т.26, вып. 4, 2016 – С.7-10.
2. Бокарева В.Б. Функции малого бизнеса в развитии среднего класса в России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2011. – № 5 (17). – С. 116-128.
3. Брижанина Т.В. Роль малого предпринимательства в развитии экономики // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – Вып. 8, №3 (294). – С. 17-21.
4. Владимирова С.В. К вопросу о значении малого бизнеса в развитии региональной экономики // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 9 (055). – С. 17-21.
5. Каганов В.Ш. Подготовка и переподготовка кадров для малого бизнеса. – М., 2006. – 206 с.
6. Овчинникова А.В. Роль и функции малых предприятий промышленности в экономическом системном комплексе // Известия

Уральского государственного экономического университета. – 2014. – №1 (51). – С. 27-32.

7. Федонина Е.В. Малое предпринимательство в структуре экономики // Транспортное дело России. – 2010. – С. 157-159.

8. Цой А.В. Развитие малого предпринимательства как одно из основных направлений устойчивого развития экономики // Вестник РМАТ. – 2016. – №2. – С. 32-36.

9. Шепеленко Г.И. Объективные основы противоречий малого бизнеса в промышленности / Г.И. Шепеленко. – Ростов н/Д: РГЭУ, 2005. – 205 с.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Кравченко А.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА**

Актуальность темы обуславливается возникшей глобализацией всемирной экономики, в результате которой маркетинг является основным инструментом развития в конкурентной войне на международном рынке.

Целями международного маркетинга являются:

– необходимость изготовления определённого товара или услуги путём обнаружения, возможного иностранного спроса;

– производство максимально соответствует стандартам всемирного рынка конкурирующих товаров;

– надёжная и оперативная информация по иностранным рынкам, а также статике определённой информации о предпочтениях иностранных потребителей;

– составление плана производственной, реализующей, с учётом спроса национального рынка;

– улучшение способов и приёма сбыта товара;

– интернациональный аудит сферы продаж.

В случае применения международного маркетинга государственной фирмой, то главной целью является получение прибыли.

Предмет международного маркетинга – соотношение спроса и предложения на внешних рынках, их конъюнктура, а также методы развития спроса на внешних рынках.

Основные проблемы международного маркетинга:

1) поиск качественного продукта для импорта или экспорта имеющий приемлемую цену;

2) законодательные требования, регулирующие процедуры экспорта и импорта, которые могут быть различными;

3) налоги, которыми облагаются ввозимые продукты;

4) несовершенство законодательства;

5) языковой барьер;

- 6) финансирование океанских перевозок;
- 7) транспортировка;
- 8) специфические технические требования;
- 9) валютные колебания.

Исходя из вышесказанного можно сделать выводы что, в нынешней ситуации, мы имеем изменяющуюся конъюнктуру национального рынка насыщенным качественными товарами. Национальный маркетинг занимает немалое место в экономической системе хозяйствования. Уже сейчас происходит нарастание темпов технологических процессов. Нарастает вариант работы на заказ, так как потребители хотят приобретать товары, которые подходят именно для потребителя.

Одним из важнейших условий для удачной работы компании на интернациональных рынках является проведение исследований в области маркетинга, исходя из этого маркетинг имеет колоссальную важность для успешного получения данных о международных рынках и улучшение взаимоотношений с данными рынками, поиска новых потребителей, а также удовлетворения их потребностей с целью максимизации прибыли.

Список использованных источников:

- 1) [revolution.allbest.ru/marketing/00258988\\_1.html](http://revolution.allbest.ru/marketing/00258988_1.html)
- 2) [StudFiles.net/preview/3156850/](http://StudFiles.net/preview/3156850/)

Пятаченко А.М., ассистент,  
Куделько Я.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ**

Современная мировая экономика характеризуется стремительным процессом транснационализации, то есть превращение национальных компаний в международные компания за счет расширения международной деятельности производственных фирм, финансовых организаций и других хозяйствующих субъектов и их выхода за национальные границы на международную арену.

Основой процесса транснационализации выступают транснациональные корпорации. Сегодня транснациональные корпорации (ТНК) все более влияют на мировую экономику.

Согласно определению ООН, транснациональными корпорациями выступают международные фирмы, которые имеют хозяйственные подразделения в двух и более странах и управляющие подразделения из нескольких центров на основе такого механизма принятия решений, позволяющий проводить согласованную политику между центрами и общую стратегию, при этом распределяя ресурсы, технологии и ответственность для достижения результата [1, ст. 269].

Основная доля транснациональных корпораций сосредоточена в Соединенных Штатах Америки, странах Европейского союза и Восточной Азии. Ежегодно произведенных товаров на предприятиях транснациональных корпорации превышает 1 трлн. американских долларов. На ТНК работает свыше 80 млн.сотрудников. В 2017 году лидерами по объему выручки среди ТНК стали Walmart (466 млрд. дол. США), State Grid (315 млрд. дол. США), Sinopec Group (268 млрд. дол. США), China National Petroleum (263 млрд. дол. США) и др. [2].

ТНК являются главным рычагом международного производства и международного разделения труда. ТНК диктуют свои условия не только конкурентам по бизнесу, но и даже государствам на мировой арене. Это стало возможным благодаря их возросшему финансовому могуществу и политической протекции на самом высоком уровне. Становление ТНК повлияло не только на национальные экономики отдельных государств, но и на развитие мирового рынка в целом.

Кроме экономики, ТНК влияют и на политические, культурные и социальные аспекты жизни государств. Так ТНК осуществляют инвестиции, вносят новые технологии производства и управления, увеличивают ВВП, положительно влияя на платежный баланс, снижая импорт или увеличивая экспорт – такие изменения положительно влияют на национальную экономику, повышая уровень жизни населения. Концентрация человеческих ресурсов, научно-технических знаний и централизованное управление позволяют международным компаниям оптимально размещать свои ресурсы, осуществлять производство и расширять рынки сбыта [1, ст. 269 – 270].

Движение капиталов транснациональных компаний происходит независимо от процессов в стране, в которой базируется ТНК. Корпорации устанавливают систему международного производства (филиалы, отделения, дочерние компании и т.д.), проникают в научно-технологические отрасли производства, которые требуют высокой подготовки специалистов и огромных инвестиций в производство, при этом корпорации проявляют тенденцию к монополизации этих отраслей.

Однако при высокой концентрации ресурсов в рамках ТНК и их доминирующего положения на мировом товарном рынке и в ведущих отраслях происходит снижение роли государства в мировой экономике.

За последние тридцать лет отношения между ТНК и государствами сильно изменились, перетекая из конфликта в сотрудничество. Изначально правительства государств пытались ограничить деятельность транснациональных корпораций, но на сегодня международные компания рассматриваются уже как возможность укрепления национальных позиций и средство создания национальных преимуществ на мировой арене [3].

Так ТНК инвестируют средства в экономику различных стран, они развивают на территории государства свои предприятия и, тем самым, способствуя развитию отраслей и извлекая выгоду из международных различий в экономической политике, величины таможенных пошлин и налогов,

повышение производительности, технических стандартов и т.д.

Страны, принимающие деятельность ТНК, выигрывают за счет следующих преимуществ [1, ст.270]:

- Привлечение иностранных инвестиций способствует появлению большего количества рабочих мест, увеличению доходной части бюджета государства за счет налогов.
- Сокращение импорта в связи с появлением производства новых товаров.
- Повышение конкурентоспособности на национальном рынке.
- Повышение прозрачности деятельности транснациональных корпораций.
- Внедрение новых технологий в производство.
- Увеличение доходов компаний, взаимодействующие с транснациональными корпорациями.
- Повышение темпов экономического роста.

Так, осознавая выгоды от транснациональных корпораций, правительства стран активно борются за привлечение ТНК и связанные с ними иностранные инвестиции в свою экономику, при этом транснациональные корпорации часто лоббируют свои интересы в правительстве не только принимающих стран, но и стран базирования, так как невозможно получить от организации многотысячные вклады и при этом не попадать под ее влияние [4]. Почти 87 % транснациональных корпораций считают, что эти инвестиции в экономику принимающей страны в итоге должны преобразоваться в выгодное для них положение в законодательстве и политическом курсе, что вполне естественно.

Современная лоббистская сеть ТНК, отстаивание их интересов, включает в себя целые отделы корпораций и их объединений, различные неформальные контактные организации, фонды, бюро и т. д. Данные отделы оказывают влияние на законодательные акты, деятельность существующих партий, результаты выборов и решения судебных органов. Лоббисты ТНК могут использовать различные методы и способы влияния, например, как организации кампаний по привлечению избирателей к участию в голосованиях, налаживание связей с политическими лицами и чиновниками для дальнейшего влияния на их решения, а также проведение финансирования предвыборных кампаний, деятельности политических партий в государстве и другие методы, позволяющие подстроить законодательство и политический курс для получения выгод.

Транснациональные корпорации по своему характеру представляют собой проводник глобального экономического развития и механизм распространения международных экономических отношений. ТНК могут выполнять функцию дипломатии в сфере внешнеэкономических отношений между странами, в которых они выступают как политические агенты. Для этого ТНК имеет существенные преимущества [3]:

1. Густая и широкая сеть филиалов, дочерних компаний, представительств и других структурных подразделений.

2. Присутствие транснациональных корпораций в экономике принимающих стран.

3. Распространение контроля транснациональных корпораций через СМИ, что означает возможность влияния на формирование местного общественного мнения.

4. Наличие в принимающих странах представителей местных политических и общественных кругов.

Таким образом, ТНК имеют огромные возможности участвовать в политических процессах не только в странах базирования, но и принимающих странах.

В будущем есть вероятность того, что транснациональные корпорации ведущих развитых стран станут главными игроками на мировой арене, а не государства и даже не их группировки. Ставками же будут новые рынки сбыта, технологии, прибыль и квалифицированные специалисты.

В целом, можно сказать, что ТНК – это достаточно сложный и постоянно развивающийся феномен в системе межхозяйственных связей, требующий постоянного внимания, изучения и международного контроля [5].

Транснациональные корпорации представлены практически во всех отраслях производства, а их роль в мировой экономике растет каждый день. На данный момент нет ни одного значительного процесса в мировой экономике, который бы происходил без участия транснациональных корпораций. ТНК оказывают влияние своей деятельностью на различные сектора мировой экономики в зависимости от рода деятельности, поставленных задач и ожидаемых выгод. Кроме этого, ТНК подстраивают под себя политические курсы стран, изменяют социальную и культурную сферу жизни населения страны для эффективного функционирования и осуществления своей деятельности.

Список использованных источников:

1. Громов К.А. Роль транснациональных корпораций в развитии игорного бизнеса [Текст] /К.А. Громов. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований // Экономические науки. – № 7. – 2016. – С. 269 – 272.

2. Журнал Fortune. Fortune Global 500 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2013/full\\_list/](http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2013/full_list/)

3. Взаимоотношение ТНК и государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/60554/8>

4. И.С.Гурьева Влияние корпораций на мировую экономику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://shgpi.edu.ru/files/nauka/vestnik/2013/2013-4-31.pdf>

5. ТНК и их роль в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/4201234/page:5/>

## **PECULIARITIES OF FACEBOOK ACTIVITY UNDER GLOBALIZATION**

Facebook is a social networking website where users can post comments, share photographs and post links to news or other interesting content on the web, chat live, and watch short-form video. You can even order food on Facebook if that's what you want to do. Shared content can be made publicly accessible, or it can be shared only among a select group of friends or family, or with a single person. Facebook began in February of 2004 as a school-based social network at Harvard University. It was created by Mark Zuckerberg along with Edward Saverin, both students at the college. It wasn't until 2006 that Facebook opened to anyone 13 years or older and took off, rapidly overtaking MySpace as the most popular social network in the world. Facebook's success can be attributed to its ability to appeal to both people and businesses and its ability to interact with sites around the web by providing a single login that works across multiple sites [1].

There are some information about leadership:

1) Mark Zuckerberg is the founder, chairman and CEO of Facebook, which he founded in 2004. Mark is responsible for setting the overall direction and product strategy for the company. He leads the design of Facebook's service and development of its core technology and infrastructure. Mark studied computer science at Harvard University before moving the company to Palo Alto, California;

2) Sheryl Sandberg is chief operating officer at Facebook, overseeing the firm's business operations. Prior to Facebook, Sheryl was vice president of Global Online Sales and Operations at Google, chief of staff for the United States Treasury Department under President Clinton, a management consultant with McKinsey & Company, and an economist with the World Bank. Sheryl received a BA summa cum laude from Harvard University and an MBA with highest distinction from Harvard Business School. Sheryl is the co-author of Option B: Facing Adversity, Building Resilience, and Finding Joy with Wharton professor and bestselling author Adam Grant. She is also the author of the bestsellers Lean In: Women, Work, and the Will to Lead and Lean In for Graduates. She is the founder of the Sheryl Sandberg & Dave Goldberg Family Foundation, a nonprofit organization that works to build a more equal and resilient world through two key initiatives, LeanIn.Org and OptionB.Org. Sheryl serves on the boards of Facebook, Women for Women International, ONE, and SurveyMonkey. Sheryl lives in Menlo Park, California, with her son and daughter;

3) Dave Wehner is chief financial officer of Facebook, where he leads the finance, facilities and information technology teams. Prior to becoming CFO in June 2014, Dave served as Facebook's vice president of Corporate Finance and Business Planning. From 2010 through 2012, Dave served as Chief Financial Officer of Zynga Inc. Before Zynga, Dave was a Managing Director at Allen & Company, an

investment bank focused on media and technology, which he joined in 2001. Dave holds a B.S. in Chemistry from Georgetown University, and a M.S. in Applied Physics from Stanford University;

4) Mike Schroepfer is chief technology officer at Facebook. In that role, he leads the development of the technology strategies and teams that will enable Facebook to connect billions of people around the world and make significant breakthroughs in fields like artificial intelligence and virtual reality. Before Facebook, Mike was vice president of engineering at Mozilla Corporation, where he led the global and open product development process behind Firefox. Mike was formerly a distinguished engineer at Sun Microsystems, which acquired his company, CenterRun. He began his career working at various startups, including a digital effects software startup where he developed software that has been used in several major motion pictures. Mike holds a bachelor's degree and a master's degree in computer science from Stanford University and has filed two US patents;

5) Chris Cox is chief product officer at Facebook, leading its family of apps: Facebook, Instagram, WhatsApp and Messenger. After earning his bachelor's degree in symbolic systems from Stanford University in 2004, Cox joined Facebook in 2005 as a software engineer and helped build the first versions of key Facebook features, including News Feed. He then became director of human resources, setting the tone for Facebook's culture. In 2008 he became Facebook's first vice president of product, where he built the initial product management and design teams, before being promoted to chief product officer in 2014 [2].

Facebook is user-friendly and open to everyone. Even the least technical-minded people can sign up and begin posting on Facebook. Although it started out as a way to keep in touch or reconnect with long-lost friends, it rapidly became the darling of businesses that were able to closely target an audience and deliver ads directly to the people most likely to want their products or services. Facebook makes it simple to share photos, text messages, videos, status posts and feelings on Facebook. The site is entertaining and a regular daily stop for many users. Unlike some social network sites, Facebook does not allow adult content. When users transgress and are reported, they are banned from the site. Facebook provides a customizable set of privacy controls, so users can protect their information from getting to third-party individuals [1].

Headquarters of Facebook is situated in 1 Hacker Way, Menlo Park, California 94025. There are 33,606 employees as of September 30, 2018. Facebook Statistics: 1.49 billion daily active users on Facebook on average for September 2018; 2.27 billion monthly active users on Facebook as of September 30, 2018. Facebook US offices are located in Atlanta, Austin, Boston, Chicago, Dallas, Denver, Detroit, Los Angeles, Menlo Park, Miami, New York, Seattle, Washington D.C. Facebook International offices are located in Amsterdam, Auckland, Bangkok, Bengaluru, Berlin, Bogota, Brasilia, Brussels, Buenos Aires, Dubai, Dublin, Gurgaon, Hamburg, Hong Kong, Hyderabad, Jakarta, Johannesburg, Karlsruhe, Kuala Lumpur, London, Madrid, Manila, Melbourne, Mexico City, Milan, Montreal, Mumbai, New Delhi, Oslo, Ottawa, Paris, Sao Paulo, Seoul, Singapore, Stockholm, Sydney, Taipei, Tel

Aviv, Tokyo, Toronto, Vancouver, Warsaw. Facebook Data Centers are presented in Prineville, Forest City, Lulea, Altoona, Fort Worth, Clonee, Los Lunas, Odense, Papillion, New Albany, Henrico, Newton, Eagle Mountain, Huntsville, Singapore [2].

Facebook is defined by hacker culture – an environment that rewards creative problem solving and rapid decision making. It encourages people to be bold. Open culture keeps everyone informed and allows people to move around and solve the problems they care about most. Facebook works in small teams and moves fast to develop new products, constantly iterating and improving. The phrase “this journey is 1% finished” is posted on Facebook walls, reminding that the company have only begun to fulfill mission to bring the world closer together [2].

Here are a few features that make Facebook so popular: 1) Facebook allows you to maintain a friends list and choose privacy settings to tailor who can see content on your profile; 2) Facebook allows you to upload photos and maintain photo albums that can be shared with your friends; 3) Facebook supports interactive online chat and the ability to comment on your friend's profile pages to keep in touch, share information or to say "hi"; 4) Facebook supports group pages, fan pages, and business pages that let businesses use Facebook as a vehicle for social media marketing; 5) Facebook's developer network delivers advanced functionality and monetization options; 6) you can stream video live using Facebook Live [1].

If you want to see for yourself why 2 billion monthly visitors can't stay away from Facebook, sign up for a free Facebook account online, add profile and cover photos, and search for people you know to start your friends list. You'll be part of the social media juggernaut before you know it.

#### References:

1. Библиографическая ссылка: Daniel Nations What is Facebook? [Электронный ресурс]. URL: <<https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>>
2. Библиографическая ссылка: Facebook Company Info [Электронный ресурс]. URL: <<https://newsroom.fb.com/company-info/>>

## **СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ**

Бондаренко И.С., к.э.н., доц.,  
Лубенец М.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СОЕДИНЕННОГО КОРОЛЕВСТВА ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СЕВЕРНОЙ ИРЛАНДИИ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ**

Великобритания считается редким примером государства, которое после пребывания на протяжении длительного периода на стадии, движимой богатством, смогло возвратиться на стадию инновационного развития. После прихода к власти правительства консерваторов стране удалось повернуть вспять отрицательные тенденции в экономике, которые нарастали в течение многих лет, и осуществить глобальные изменения в деловой культуре, которые способствовали возрождению ее конкурентных преимуществ. На современном этапе заметен процесс перехода Великобритании к экономике, которая базируется на новейших технологиях и услугах, что представляется актуальным для изучения.

Деловой климат Великобритании считается одним из лучших в мире, и страну по праву считают самым важным международным бизнес-центром. Наибольшее количество сделок глобального финансового рынка заключается в Лондоне, на долю которого приходится 37% мирового валютного оборота. В Великобритании сосредоточены штаб-квартиры и офисы около 70% международных компаний. По данным Всемирного Банка, в 2017 г. Великобритания заняла 7 позицию в совокупном рейтинге благоприятности ведения бизнеса среди 190 стран мира и набрала 82,74 пункта из 100 максимальных [1].

Для анализа показателей и уровня конкурентоспособности Великобритании на мировой арене, использовался рейтинг глобальной конкурентоспособности 2017-2018 (The Global Competitiveness Index 2017-2018), опубликованный аналитической группой Всемирного экономического форума (ВЭФ). По данным изученным показателям Соединенное Королевство попадает на 8 место конкурентоспособности на мировой арене. В прошлом году, однако, страна стояла на 7 месте в рейтинге. В пятерку наиболее проблемных факторов, влияющих на ведение бизнеса в Великобритании, входят: налоговое регулирование, недостаточность инфраструктуры, уровень налогообложения бизнеса в стране, наличие высококвалифицированных кадров, неэффективность бюрократического аппарата и высокий уровень политической нестабильности [2].

Соединенное Королевство не имеет стратегии, направленной только на повышение конкурентоспособности страны на мировой арене. Страна

развивает отдельные отрасли и направления, не преследуя цели повышения своих конкурентных позиций, а только улучшения условий жизни людей, управления страной и ее безопасности. В 2015 году страна представила стратегию национальной безопасности, в 2016 – стратегии кибербезопасности страны, а в 2017 – стратегию развития цифровых технологий и промышленную стратегию [3]..

В течение многих десятилетий британской промышленности не доставало динамизма и способности повышать конкурентоспособность своей продукции. Великобритания переживала спад вследствие растущих неблагоприятных факторов на всех гранях конкурентного «ромба». Наиболее существенным из этих факторов было невысокое качество человеческих ресурсов, низкая мотивация к труду, отсутствие конкуренции и падающий уровень спроса.

Но в то же время Великобритания сохраняет ряд конкурентных преимуществ в отраслях, основанных на достижениях фундаментальной науки, что стало возможным благодаря наличию слоя высокообразованных кадров, давних традиций опережающего появления на рынке, хорошо организованной и прочной инфраструктуры в области финансов, коммерции, торговли произведениями искусства, а также нестандартной, утонченной требовательности потребителей. Такие отрасли, как производство предметов роскоши и предложение дорогостоящих услуг, банковский бизнес, информация, услуги в области широкого перечня видов бизнеса и др., большинство которых сосредоточено вокруг Лондона, – все это ярко иллюстрирует взаимодействующие и взаимоусиливающиеся возможности географической плотности их размещения.

Вместе с тем в Великобритании появились признаки важных сдвигов в сторону выравнивания положения, усиленных переменами в политическом руководстве. Правительство делает попытки улучшить систему образования. Повышаются трудовая дисциплина, требования к качеству работы и, как следствие, заработки. Снижающиеся ставки налогов и растущие возможности получить большую прибыль усилили мотивацию у предпринимателей. Ограничения прав профсоюзов, явившиеся частично результатом нового трудового законодательства правительства М. Тэтчер, улучшили отношения между трудящимися и предпринимателями, открыли новые возможности для реорганизации производства, дали стимул повышению производительности. Повысилась требовательность к качеству продукции, более избирательным стал спрос у потребителей в Лондоне и в процветающих районах юго-востока страны.

Активизируется предпринимательство, и правительство консерваторов стремится всячески его поощрять. Участились рискованные вложения капитала в новые сферы, в чем Великобритания обгоняет остальную Европу. Возросли иностранные инвестиции в предприятия конечной сборки и отделки продукции, в основном в отраслях, пораженных кризисом, что привело к появлению столь необходимых новых рабочих мест.

Первые кластеры в Великобритании появляются во время Великой

депрессии 1929-1933 годов. На данный момент ключевыми кластерами инноваций в Великобритании являются такие города, как Лондон, Кембридж и Оксфорд. 70% британского венчурного капитала инвестируется в так называемый Большой Юго-Восток (или треугольник Кембридж-Лондон-Оксфорд). Именно там располагаются кластеры передовых технологий. Лондон отличает сильная университетская наука и выход на финансовые рынки. В Лондоне ведутся исследования изменений климата, функционируют кластеры передовых технологий, которые не наносят вреда окружающей среде. Более того, там хорошо развиты такие кластеры, как производство фильмов, новые виды медиа, музыкальная индустрия, реклама, сфера искусства – все виды творческих отраслей. Следуют отметить, что вклад таких креативных и творческих отраслей, как дизайн, реклама и пр., в ВВП страны сопоставим с вкладом финансового сектора – около 5-7% [4].

Таким образом, видно, что перемены, охватившие английскую экономику в последние годы, свидетельствуют об изменениях в атмосфере страны, вызванных рядом перемен в экономической политике правительства, что привело к переходу экономики на инновационный уровень развития.

Список использованных источников:

1. Doing Business 2017: Equal Opportunity for All. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2017>
2. The Global Competitiveness Report 2017–2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>
3. National Security Strategy and Strategic Defence and. Security Review 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/478933/52309\\_Cm\\_9161\\_NSS\\_SD\\_Review\\_web\\_only.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/478933/52309_Cm_9161_NSS_SD_Review_web_only.pdf)
4. Джонс Г. Попробуй – провались, попробуй ещё – провалишься меньше // Инновационные тренды. – М., 2011. – №6. – С. 29-33. – Режим доступа: [http://www.intelros.ru/readroom/innovacionnye-trendy/it\\_6\\_2011/](http://www.intelros.ru/readroom/innovacionnye-trendy/it_6_2011/)

Бондаренко И.С., к.э.н., доц.,

Раба А.А.

*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИГРАНТСКОЙ СРЕДЫ В РФ**

Модифицирование социально-экономических и политических условий жизни привело к коренным переменам в международных вопросах миграции народонаселения в Российскую Федерацию. В 1990-е гг. в пределах обращения к ранее не практиковавшейся коллективной структуре были обнародованы новые права и свободы, включительно предпочтения места жительства и

движения граждан по российской территории, возможности выезда за границу и свободного возвращения. Вместе с этим в связи с развалом СССР во многих постсоветских республиках начала действовать политика по «выживанию» населения некоренной национальности. В силу действующих обстоятельств Россия, сберегающая сравнительно прозрачные границы с постсоветскими республиками, преобразовалась во внушительный миграционный центр.

Иноцивилизационная миграционная среда развивается по аналогии с тем, как происходит трансформация количественных параметров в качественные. На границе 2016-2017 гг. спустя 16 лет скорого недостаточно контролируемого роста начиная с 2000-х годов до 7-8 млн. (5-6% населения России) [1], миграция приобретала новый вид, который покидает пределы простого экономического механизма использования непостоянной дешёвой рабочей силы, и начали выражаться все отчетливей, побудив в 2016 году соответствующую реакцию правительства РФ:

1. Устойчивая рабочая сила мигрантов, поддержание её количества, обеспечение средствами к существованию привели к израсходованию отдельных финансовых средств на преобразование мигрантской среды и диаспор, формированию культурных и сервисных структур, которые удовлетворяют их нужды в обозначении места среди российского социума. Из малочисленной группы мигранты превратились во внушительную социальную страту с собственными механизмами воспроизводства.

2. Возрастающая конкуренция с боку российских граждан и мигрантов из соседних славянских стран на рынке квалифицированной рабочей силы: сантехников, электриков, монтажников, реализаторов, строителей, кроме того в социальной области за государственные услуги: в образовании и здравоохранении. Это положение является следствием кризисных явлений, и наплывом русской рабочей силы, увеличением трудовой стоимости мигрантов, что уменьшило спрос на них, миграцией из Украины. Данная ситуация в общем и целом не уменьшает число мигрантов, но делает сложнее их пребывание и ухудшает отношение к окружающему социуму. Ужесточение конкурентных отношений между местным населением и мигрантами давно была сложена и являлась предсказуемой. Впрочем, последние несколько лет являются свидетелями роста негодования мигрантами как конкурентами в пределах Москвы, Московской области и других эпицентров скопления мигрантской рабочей силы со стороны различных слоев российской общины. Мигранты начали позиционироваться как основная угроза, касающаяся как общественной, так и личной безопасности.

3. Повышенная агрессивность доли мигрантов, имеющих склонность к противоправному поведению, по отношению к коренному населению. Последние годы ярко выражают имеющуюся картину повышения градуса агрессивной настроенности некоторых слоёв мигрантов: широкое распространение исламских радикальных кружков, выезд завербованных россиян в запрещённую в РФ ИГИЛ на военные действия в Сирию.

4. Перемена структуры мигрантов – эффеминация потока мигрантов.

Снижение количества рабочих мест в области физического труда, кроме того переносе предпочтений на страны ЕАЭС (Киргизия, Казахстан) и Восточной Европы (Украина, Молдова) имеет тесную связь с ростом количества женщин-мигрантов. Доля женских специальностей в торговле: продавцы-кассиры, складские и подсобные рабочие. Касаясь мигрантов из Средней Азии, эффеминация станет катализатором в развитии собственной устойчивой и замкнутой социальной среды мигрантов [2].

Для улучшения ситуации мигрантской среды необходимо разработать, утвердить законодательно и выставить государствам-поставщикам трудовых иммигрантов определенные требования. К примеру, из тысячи иммигрантов, которых принимает РФ 50% могут являться людьми с низкой квалификацией, 20% обязаны будут проходить платную начальную профессиональную подготовку в РФ сроком в 1 год. 20% мигрантов должны приобрести среднее специальное образование в РФ и 10% — высшее [3]. Все затраты на обучение и проживание обязаны будут оплачивать государства-снабженцы, диаспоры и/или сами иммигранты. Это даст возможность развить образование именно в РФ, обеспечит создание новых рабочих мест в сервисных отраслях (образовании, здравоохранении, развлекательном бизнесе и т. д.), на деле адаптировать мигрантов к российскому обществу и приобрести приток новых инвестиций.

#### Список использованных источников:

1. Сводка основных показателей деятельности по миграционной ситуации в Российской Федерации // МВД. РФ [Электронный ресурс]: мвд.рф/Deljatelnost/statistics/migracionnaya/item/8539527/ (дата обращения: 01.11.2018).
2. Карпов С.А. Экспорт образовательных услуг из российских вузов // Вестник МГТУ Станкин. – 2016. – № 2. – С. 98-101.
3. Плужник Е.В. К вопросу об экспорте образовательных услуг // Образовательная среда сегодня и завтра. Сб. VIII Межд. науч.-практ. конф. – М.: МГИУ, 2013. – С. 229 – 232.

Германчук А.Н., к.э.н., доц.,  
Прядко А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

В условиях функционирования экономики рыночного типа возникли новые варианты организации движения товаров, формирующие более сложные системы товародвижения. На пути перемещения готовой продукции появляются оптовые посредники, количество которых зависит и от конъюнктуры рынка, и от целесообразности такого товародвижения. В связи с этим возрастает значимость оптовой торговли, которая обеспечивает

необходимые темпы и пропорции воспроизводственного процесса и сбалансирование совокупного потребительского спроса и товарного предложения.

Оптовая торговля – это вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием [1].

Такая организация торговли имеет ряд как положительных, так и отрицательных характеристик. К числу преимуществ можно отнести:

- обеспечение баланса между объемом и структурой товарного предложения в разных регионах;
- более эффективное (в отличие от розницы) средство вложения капитала;
- расширение и постоянное обновление ассортимента;
- формирование конкурентной среды в торгово-посреднической сфере.

К числу недостатков можно отнести:

- удлинение пути движения товаров из сферы производства к месту потребления и увеличение времени обращения;
- повышение цены;
- ослабление ответственности участников товародвижения перед потребителем.

Экономика Донецкой Народной Республики функционирует в условиях отложенного политического статуса территории, что усиливается продолжительными военными действиями и экономической изоляцией. Поэтому в сложившейся ситуации от того, насколько правильно организована торговля и торгово-технологический процесс, насколько эффективна эта деятельность зависит рост товарооборота, социальная защита населения, новые рабочие места и т.п.

Политика ДНР в области развития торговли направлена на преодоление экономической блокады, проблем поставки сырья и отгрузки продукции, восстановление разрушенной инфраструктуры. Приложенные усилия позволили достичь определенных положительных тенденций в осуществлении оптово-посреднической деятельности на потребительском рынке в Республике. Согласно данным Главстата, за июнь 2017 года объем оптового товарооборота предприятий увеличился на 31,3% в сравнении с 2016 годом. В целом прирост товарооборот за год составил 13,8% (рис. 1) [2].

Стоит отметить, что 29,4% общего объема оптового товарооборота по всей Республике дают 8 крупных предприятий оптовой торговли: ООО «Мастер-Торг», ООО «Мак-Инвест», ООО «Торговый Дом «Виола», ООО «Медикодон Плюс», ООО «Метрополия», ООО «Опт-Торг», ООО «Мост», ГП «Республиканская топливная компания».

Например, в ООО «Мост» реализуется порядка тридцати тысяч товарных позиций. Посетители могут приобрести текстильные изделия, одежду, обувь по низким ценам, продовольственные товары, представленные широким ассортиментом, а также товары для садоводческой деятельности (саженцы,

семена, удобрения и т.п.). Также на потребительском рынке присутствуют собственные торговые марки дистрибьюторов ООО «Мастер-торг» и ООО «Мост». Более низкая цена предлагаемых ими товаров связана со снижением логистических затрат и отсутствием посреднического звена, что способствует росту интереса покупателей к этой продукции.

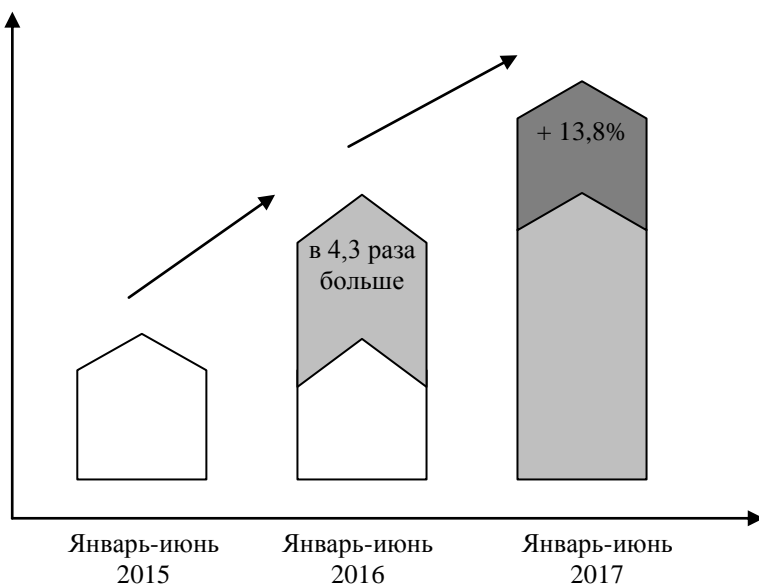


Рис. 1 – Динамика оптового товарооборота в ДНР

Несмотря на экономическую блокаду, Министерством промышленности и торговли планируется открытие еще нескольких оптовых предприятий-гипермаркетов на территории Донецкой Народной Республики, где можно будет осуществить закупки по ценам производителей (как и в уже присутствующих на рынке предприятиях). В связи с существенной экономией денежных средств, эксперты прогнозируют рост клиентуры гипермаркетов. Такие гипермаркеты ориентированы на сотрудничество с индивидуальными предпринимателями, юридическими лицами и корпоративными клиентами, которые получают выгодное сотрудничество:

- ценовая политика, формирующаяся исходя из ежемесячного товарооборота клиента;
- обеспечивается взаимодействие между партнерами с целью удовлетворения потребностей торговых точек;
- каждому партнеру с целью оперативности выделяется отдельный менеджер;
- доставка товара возможна в любой город Республики и т.п.

В перспективе Министерством промышленности и торговли Донецкой Народной Республики рассматривается возможность создания Координационного совета по развитию оптовой торговли. Целесообразность его функционирования связана с острой необходимостью устранения ряда проблем в организации деятельности оптовых предприятий, обеспечения доверительных взаимоотношений между органами власти и представителями

оптовой торговли. Это позволит обеспечить благоприятные условия развития предприятий оптовой торговли и будет способствовать повышению их конкурентоспособности. С целью поддержки отечественных производителей и обеспечения узнаваемости реализуемых ими товаров планируется разработка соглашения по регулированию взаимодействия и обмена информацией между товаропроизводителями, предприятиями оптовой торговли и розницей. Положительным результатом такого взаимодействия можно назвать оптимизацию товародвижения, интеграцию оптовой и розничной торговли с действиями производителей, предложение конкурентоспособного ассортимента продукции, качественному обслуживанию потребителей.

Таким образом, развитие оптовой торговли в Донецкой Народной Республике позволит: увеличить объемы производства и реализации продукции с помощью дополнительных каналов для охвата большей территории; создать новые рабочие места; повысить качество обслуживания потребителей; улучшить качество товаров, потребляемых населением; расширить ассортимент и реализовывать товар по доступным для населения ценам; развивать рынок потребительских товаров; учитывать требования и предпочтения потребителей и повышать эффективность хозяйственной деятельности.

Список использованных источников:

1. Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения», [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatie/zakony/>

2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения [Текст]: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.І. – 124 с.

Голубничая С.Н. к.б.н., доц.,  
Аксёненко А.Н.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОВРЕМЕННЫЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ**

Ежедневно в сфере туристских услуг можно наблюдать конкуренцию между турфирмами за клиента. Каждая компания считает приоритетным вопрос привлечения большего количества туристов, но немногие из турагентств предоставляют дополнительные услуги к основной продаже туров. Совершенствование качества туристического обслуживания делает этот вопрос актуальным на сегодняшний день.

В связи с тем, что большинство турагентств концентрируются на основных моментах предоставления услуг, этому вопросу уделяется недостаточно внимания. Такие исследователи, как Гуляев В.Г., Сорокина А.В., Герасименко

В.Г. в своих работах высказали мнение о том, что дополнительные услуги – это важное явление в сфере турбизнеса. Вопрос непосредственного оказания этих услуг должен занимать важное место в работе фирмы, поскольку это способствует её престижу и привлечению новых клиентов.

Цель данной работы проанализировать дополнительные туристские услуги.

Предварительный заказ автомобилей, воздушных, водных видов транспорта и других средств передвижения перед выездом в страну временного пребывания. Некоторые туристы не владеют иностранным языком или не имеют возможности искать услуги аренды транспорта по прибытию к месту назначения. Услуга значительно экономит время туриста за границей, что является прекрасным подспорьем туристу.

Большинство туристов предполагает посещение культурных мероприятий, но заранее не знает об их проведении. Информирование путешественников о таких событиях может значительно поднять статус турагентства в глазах клиента.

С помощью услуги звонка посредством международных сим-карт туристам могут намного дешевле обходиться звонки из-за рубежа домой. Предоставление телефонных карт с выгодным роумингом – также полезная дополнительная услуга путешественнику.

Если в поездке возникнет необходимость в посещении дополнительных мест питания, то будет удобно, если информация об их выборе предоставляется заранее как дополнительная туруслуга, так как турист не всегда осведомлен о наличии хороших ресторанов и кафе.

Особое место следует уделить приобретению товаров, поскольку туристы часто делают покупки за рубежом. В этой связи информация о скидках, бонусах, распродажах была бы уместной и выгодной.

В связи с тем, что в поездке может возникнуть вопрос делового характера, предоставление услуг личного переводчика, гида, стилиста т.д. в определённых сферах услуг позволит туристу держаться уверенно в построении деловых отношений.

Смс-информирование туристов не затратная и не сложная для агентства, но полезная для туриста дополнительная услуга смс-информирования о вылете, прибытии, бронировании гостиницы, получении багажа, графика отъезда-приезда в онлайн режиме.

Перевод на иностранный язык документов – еще одна дополнительная услуга. Как правило, процесс перевода текста достаточно трудоемкий и стоит определённую сумму денег. Получая такую услугу, турист избавит себя от необходимости поиска переводчика и траты дополнительных денежных средств.

Плюсом выезда турагента в рабочее время в офис клиента является значительная экономия времени туристов, их личный комфорт и чувство значимости, как следствие - повышается доверие к сотрудникам и турфирме. Как правило, затраты на выезд всегда оправдываются, а положительные эмоции

клиентов являются залогом рекомендаций в дальнейшем.

К сожалению, не все турагентства уделяют должное внимание дополнительным услугам, а ведь это может значительно улучшить качество поездки и создать туристам комфортные условия в стране временного пребывания, тем более, что большинство из таких услуг можно продумать и организовать в любой турфирме. Чтобы быть конкурентоспособной компанией, необходимо учитывать предоставление подобных дополнительных услуг, что в свою очередь становится вспомогательным инструментом привлечения клиентов как на местном, но и на международном уровне.

Список использованных источников:

1. Profi+travel. Топ-10 допусслуг, которые помогут привлечь клиентов в турагентство. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://profi.travel/articles/120/details> (дата обращения: 31.10.2018)
2. Дополнительные услуги в турагентстве – увеличение его прибыли. 2010-2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rv.org.ua/news/travel/marketing/rostpribili.htm#.W9xYWrPJz2I> (дата обращения: 03.11.2018)
3. ТОП-15 востребованных услуг турагентств, привлекающих клиентов. 2012-2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.samo.ru/2013/01/15.html> (дата обращения: 01.11.2018)

Миньковская М.В., к.э.н., доц.,  
Бурковский В.И.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ШВЕЙЦАРИИ В РАМКАХ ЧЛЕНСТВА В ВТО**

Швейцарская Конфедерация – это одна из наиболее стабильных стран всего мира. Страна – является примером того, как надлежащая политика управления государством может повлиять на развитие государства в целом. Именно поэтому, Швейцария известна на весь мир, как финансовый центр, как лидер по производству часов, фармацевтики, крупного машиностроения, электротехники и др. [1].

В эпоху активного развития процесса глобализации общемирового хозяйства, результатом чего становится активное развитие международной экономики. Именно, поэтому становится необходимостью правильное определение страны-партнёра, с которым будет выгодно сотрудничать. Для, определение наиболее выгодного страны-партнёра, необходимо провести оценку уровня конкурентоспособности, определить его слабые и сильные стороны, преимущества и недостатки [2].

Конкурентоспособность страны – это особый показатель, который даёт характеристику того, насколько эффективно осуществляется работа экономики каждого отдельного государства в целом и всех субъектов национальной

экономики отдельно [2].

Проведём анализ конкурентоспособности Швейцарии, на основе «The Global Competitiveness Report 2017-2018».

Вначале определим какую позицию занимает Швейцария в рейтинге конкурентоспособности стран мира в период с 2013- 2018 гг. (см. табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг конкурентоспособности Швейцарии  
в период с 2013-2018 гг.

Страна/годы	2013-2014 гг.	2014-2015 гг.	2015-2016 гг.	2016-2017 гг.	2017-2018 гг.
Швейцария	1 (5,7)	1 (5,7)	1 (5,8)	1 (5,8)	1 (5,9)

*Составлено автором на основе [3]*

На основании данных табл. 1 можно сделать вывод о том, что за анализируемый период Швейцария находится на первом месте в рейтинге конкурентоспособности стран мира.

Далее рассмотрим конкурентоспособность экономики Швейцарии, в соответствии с общими требованиями к конкурентоспособности национальной экономики.

Требования для анализа конкурентоспособности экономики страны включают такие параметры:

1) параметр «базовые факторы», который включает эффективность работы национальных институтов, инфраструктурных объектов, макроэкономической среды, уровень образования и охраны здоровья населения;

2) параметр «усиление эффективности конкурентоспособности страны» – включает уровень образованности населения, эффективность товарного рынка страны, эффективность финансового рынка страны, эффективность рынка труда, технологическую развитость страны;

3) параметр «инновационные факторы», включающий уровень развития инноваций в стране, а также степень сложности открытия и ведения бизнеса в стране.

На основании вышеуказанных параметров оценки уровня конкурентоспособности страны и их составляющих проведём анализ положения Швейцарии на мировой арене в 2017-2018 гг.

В таблице 2 представлен Анализ параметра «базовые факторы» Швейцарии в период с 2017-2018 гг.

На основании данных табл. 2, можем сделать следующие выводы: в 2017-2018 гг. – 4 место по эффективности государственных институтов, по причине достаточно слабой силы защиты инвестора, высоких бизнес-расходов на терроризм, преступности и насилие. 6 место по эффективности инфраструктуры, так как в Швейцарии достаточно дорогостоящая сотовая связь и мобильный Интернет. Макроэкономическая стабильность в Швейцарии имеет тенденцию к улучшению на протяжении 2001-2018 гг. Согласно данным

Отчета о глобальной конкурентоспособности за 2017-2018 гг. Швейцария заняла 3 место по уровню макроэкономической стабильности страны. Что касается уровня образования и здравоохранения, то тут Швейцария занимает 2 место.

Таблица 2 – Анализ параметра «базовые факторы» Швейцарии в период с 2017-2018 гг.

Страна/ показатель	Эффективность государственных институтов (позиция)	Эффективность инфраструктуры	Эффективность макроэкономической стабильности страны	Уровень высшего образования и охраны здоровья населения страны
Швейцария	4 (5,9)	6 (6,3)	3 (6,6)	2 (6,8)

*Составлено автором на основе [3]*

Далее рассмотрим параметр «факторы усиления эффективности конкурентоспособности страны», которые представленные в табл. 3.

Таблица 3 – Анализ факторов усиления эффективности конкурентоспособности Швейцарии в период с 2017-2018 гг.

Страна/показатель	Уровень высшего образования	Эффективность товарного рынка страны	Эффективность рынка рабочей силы	Уровень развития финансового рынка	Технологическая развитость страны
Швейцария	5 (6,1)	6 (5,5)	1 (5,9)	8 (5,3)	2 (6,4)

*Составлено автором на основе [3]*

По данным табл. 3 можем сделать следующие выводы: Швейцария занимает 5 место по уровню высшего образования среди 137 стран мира в 2017-2018 гг. Основной причиной, препятствующей более высокому положению страны по данному параметру, является низкое стремление населения к получению среднего и третичного образования. По уровню эффективности товарного рынка Швейцария занимает 6 место в рейтинге стран, препятствием к более высокому месту в рейтинге стран являются высокий уровень торговых тарифов, организация и начало действия бизнеса в стране, а также достаточно высокие расходы на сельскохозяйственную политику страны. Швейцария является страной с одним из наиболее развитых рынков рабочей силы, однако Швейцарии стоит уделить внимание улучшению гибкости определения заработной платы, а также, при необходимости увеличить долю участия женщин на рынке труда Швейцарии. Швейцария заняла 8 место по уровню развития финансового рынка. С целью повышения места в рейтинге по данному параметру правительству страны следует модернизировать

юридическую систему в аспекте финансов. Швейцария заняла 2 место (6,4 балла) по параметру «Технологическая развитость страны», для того, чтобы этот показатель стал ещё лучше, необходимо снизить стоимость за пользование сотовой связью, мобильным Интернетом и домашним Интернетом. К примеру, средняя стоимость сим-карты в Швейцарии равняется 30 шв. Фр., тариф звонки, смс и мобильная связь стоит от 35 шв. фр. в месяц и выше.

Далее проведём анализ третьего параметра «инновационные факторы» в период с 2017-2018 гг., который показан в табл. 4.

Таблица 4 -Анализ параметра «инновационные факторы» Швейцарии в период с 2017-2018 гг.

Страна/показатель	Сложность открытия и ведения бизнеса в стране	Уровень развития инноваций
Швейцария	1 (5,9)	1 (5,8)

*Составлено автором на основе [3]*

По данным табл. 4, можно сказать, что Швейцария является одной из самых лучших стран мира для ведения бизнеса. В условиях интенсификации процессов интернационализации факторов производства, науки и техники, рынка труда и дальнейшего распространения масштабов глобализации мировой экономики, существенное влияние на уровень конкурентоспособности экономики страны оказывает формирование и развитие национальной инновационной системы, в 2017-2018 гг. в рейтинге ВЭФ Швейцария заняла 1 место (5,8 баллов).

Основываясь на данных Отчёта «The Global Competitiveness Report 2017-2018 гг.», отметим 4 наиболее проблемных факторов для ведения бизнеса в Швейцарии:

- 1) государственная бюрократия;
- 2) ограничительные трудовые нормы;
- 3) недостаточно квалифицированная рабочая сила;
- 4) налоговое законодательство.

На основании комплексного анализа конкурентоспособности экономики Швейцарии, можно утверждать, что данная страна, являясь членом Всемирной Торговой Организации, остаётся на лидирующих позициях в рейтинге ВЭФ – 1 место из 144 исследованных стран по индексу глобальной конкурентоспособности.

Таким образом, уже на протяжении нескольких лет Швейцария продолжает лидировать в общем рейтинге, все параметры конкурентоспособности равномерно сбалансированы по различным компонентам. Швейцария характеризуется, как страна с высокой экономической эффективностью, сравнительно прочной макроэкономической средой. Экономика данной страны имеет высокий уровень гибкости, рынок труда оценивается как один из самых лучших в мире, и путь развития страны

может являться примером в стратегии развития Донецкого региона.

Список использованных источников:

1. Характеристика Швейцарии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.world-globe.ru/countries/switzerland/economy/>
2. Конкуренентоспособность страны [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-strany.html>
3. The Global Competitiveness Report. 2017-2018 [Committed to improving the state of the world], World Economic Forum, Geneva Switzerland

Миньковская М.В., к.э.н., доц.,  
Раба А.А.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ СЛОЖНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Сегодня становится очевидным, что современную экономику нельзя рассматривать исключительно с позиций экономических отношений его субъектов, а данные взаимоотношения должны дополняться воздействием институциональных факторов. Исследование имеющихся подходов к методическим основам оценки влияния институциональной среды на функционирование экономики свидетельствует о наличии большого количества подходов и групп факторов, которые разработаны и сформированы ведущими международными организациями.

Современные исследователи вопросов влияния институциональной среды на развитие экономических систем в своих работах, как правило, отталкиваются от экономико-математических моделей, которые позволяют определить влияние институциональных факторов на темпы экономического роста.

Исследование повышения эффективности функционирования и развития сложных социально-экономических систем в рамках имеющихся институциональных ограничений подробно рассматриваются и анализируются в работе А. Уильямсона «The Economic Institutions of Capitalism» [1].

В общем, институциональная среда является важным фактором обеспечения развития не только экономики в целом, но и отдельных ее отраслей и должна учитывать специфические особенности каждой из них. Важно то, что данная среда формирует устойчивые модели поведения отраслевых субъектов, в пределах которых проводится производственно-хозяйственная деятельность. Подтверждение данных предположений прослеживается в трудах других ученых.

Так, М. В. Головкич считает, что: «Результативность управления любой

сферой национальной экономики напрямую зависит от качества сформированной институциональной среды, её адекватности по уровню развития социально-экономических и производственных отношений в обществе» [2]. Кроме того, институциональные факторы формируют ограничения и стимулы, побуждающие отраслевые субъекты повышать свою эффективность, и как следствие, обеспечивают общее развитие экономики и общества. Как отмечает в своей работе Е. Аморос: «Развитие предпринимательства является результатом человеческого поведения и институциональной среды» [3].

Таким образом, на основе современных исследований можем обобщить следующие основные функции, которые выполняет институциональная среда.

1. Оптимизация использования ресурсов - институты объединяют индивидуальные возможности и ресурсы для увеличения общественного продукта способами, которые могут предоставить экономическим агентам дополнительные возможности эффективного использования ресурсов.

2. Обеспечение соблюдения общих правил - в случаях, когда индивидуальное поведение не приводит к эффективному результату, институты могут способствовать более рациональному использованию ресурсов за счет уменьшения количества возможных вариантов выбора для сложных социально-экономических систем.

3. Перераспределение ресурсов - институты могут быть использованы для трансформации распределения ресурсов с обеспечением эффекта отличного от рыночного.

4. Агрегирование информации и преимуществ - предоставление или потребление товаров и услуг с комплексными характеристиками. В том числе преимуществ, получение которых затруднено при использовании обычных рыночных механизмов. В этих случаях институты создаются с целью агрегирования информации для выбора наиболее эффективного варианта использования ресурсов.

5. Распределение рисков и уменьшение неопределенности - институты могут существенно влиять на распределение рисков. То есть, институты формируют инфраструктуру для проведения транзакций, помогают снизить уровень неопределенности и позволяют сложным социально-экономическим системам уменьшить влияние негативных тенденций на свою деятельность.

Таким образом, с помощью представленных функций институциональная среда влияет на техническую, координационную и распределительную эффективность экономической системы. Поэтому, несогласованные и постоянно меняющиеся правила в институциональной среде снижают экономическую эффективность вследствие: изменения структуры инвестиционных приоритетов; ограничения доступа к необходимым ресурсам; замедление принятия решений, роста уровня неопределенности и снижения оперативной гибкости сложных экономических систем.

#### Список использованных источников

1. Williamson O. The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting / O. Williamson. – New York: Free Press, 1985. – 450 p.

2. Головки М. В. К вопросу об эффективности институциональной среды малого предпринимательства [Электронный ресурс] / М. В. Головки. – Режим доступа : <http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/28/404>.

3. Amorós J. Entrepreneurship and Quality of Institutions. A Developing-Country Approach / José Ernesto Amorós. – World Institute for Development Economics Research (UNU-WIDER). – Research Paper. – 2009. – 23 p.

Охременко С.И., к.т.н., доц.,  
Чернышевская А.И.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ИНТЕРНЕТ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ DIGITAL- МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

На сегодня одним из самых актуальных способов распространения информации является Интернет. Он позволяет быстро и легко, а главное без лишних затрат, распространить информацию, что определяет значительное влияние на покупательское поведение людей.

Современный маркетинг требует гораздо больше, чем создание товаров для удовлетворения потребностей клиента: предприятия должны осуществлять постоянную коммуникацию со своими клиентами. [1]

Исследованием вопроса Интернет-маркетинга занимались такие ученые, как Филипп Котлер (США), И. Успенский, И. Молдавский (Россия), В.Желиховский, Д. Дидух, И. Сандовенко, А. Горец (Украина). [1]

Поскольку XXI век - это эра информационного общества, где компьютеризация составляет сплошное благо для человека, то лучше коммуникацию с клиентами осуществлять в онлайн-режиме. Это способствует более интенсивному использованию предприятиями инструментов Интернет-маркетинга при продвижении товаров и услуг в современных рыночных условиях.

Интернет-маркетинг – теория и практика организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета. Он включает в себя такие методы продвижения как: 1. Контекстная и таргетированная реклама; 2. SMM (от англ. Social Media Marketing) - продвижение в социальных сетях; 3. SEO (от англ. Search Engine Optimization) - поисковая оптимизация; 4. Яндекс.Адреса и Google places – специальные сервисы поисковых систем; 5. Интернет-площадки – тематические блоги, форумы и т.д.; 6. Тематические рассылки или email-маркетинг.

Широко распространёнными, наиболее результативными и вместе с тем дорогостоящими являются поисковое продвижение, таргетированная реклама, и SMM. [2] Данное сочетание гарантирует максимальный охват целевой аудитории.

Основным преимуществом рекламных Интернет-технологий является использование двухуровневого подхода, когда отдельно размещается

информация о предприятии, то есть ее официальный сайт, и - рекламные усилия, которые направлены на его продвижение.

Эффективными средствами, позволяющие предприятиям индустрии гостеприимства осуществлять индивидуальные коммуникации с помощью Интернета являются электронная почта (e-mail) и программы обмена сообщениями (мессенджеры), такие как Viber, Facebook Messenger, WhatsApp и др. Этот вид продвижения информации позволяет в максимально короткие сроки актуализировать коммуникацию с клиентом (он имеет возможность перейти на веб-сайт предприятия, где может узнать актуальную информацию и даже сделать заказ туристического продукта). [2]

Чрезвычайно актуальным вопросом, который требует основательной проработки, являются особенности поиска информации туристического характера в сети Интернет по запросам, представляющие маркетинговый интерес для конкретного предприятия сферы гостеприимства, поскольку поисковые технологии постоянно меняются, а каждая организация заинтересована в том, чтобы именно ее веб-сайт находился на верхних позициях в результатах поиска поисковых систем по нужным запросам. Например, если турагентство специализируется на реализации туров в Марокко, но по поисковому запросу «туры в Марокко» сайт агентства находится на тридцатый позиции в результатах поиска после других конкурирующих турфирм, то маловероятно ожидать ощутимый поток посетителей на сайт именно по такому запросу. Для улучшения позиций сайта турагентства в результатах поиска целесообразно использовать технологии поискового продвижения сайтов (SEO). [3].

Реклама товаров и услуг с помощью Интернета дает возможность предприятиям сферы гостеприимства множество преимуществ перед их конкурентами, к которым следует отнести: усовершенствование имиджа предприятия; повышение эффективности рекламных мероприятий; наличие Интернет-канала передачи информации клиентам; увеличение информированности потенциальных клиентов о предприятии и его услугах; возможность постоянной связи с клиентами в режиме реального времени; возможность онлайн-обслуживания клиентов из любой точки мира. [3].

Таким образом, современное состояние рынка и развитие всемирной сети Интернет показывает, что использование инструментов цифрового маркетинга для продвижения услуг предприятий сферы гостеприимства дает лучшие результаты. Ведь это дает возможность приобщиться к современным цифровым технологиям, открывает новейшие методы коммуникации с клиентами, обеспечивает возможность реального взаимодействия с партнерами, а также доступ к различным информационным площадкам, что способствует увеличению прибыли.

Список использованных источников:

1. Бойчук, І.В. Напрями реалізації маркетингових функцій підприємства через застосування Інтернету [Текст] / І.В. Бойчук // Вісник Хмельницького

національного університету: збірн. наук. праць. – Хмельницьк: Вид-во ХНУ, 2009. – Вип. 5. – С. 34-38. – (Економічні науки).

2. Миронов, Ю.Б. Інтернет-технології в туризмі [Текст] / Ю.Б. Миронов // Економіка: проблеми теорії та практики: збірн. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – Вип. 194. – С. 457-464.

3. Библиографическая ссылка: Скорбенко С. Интернет как инструмент продвижения услуг для индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/skorbenko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/skorbenko.htm).

Kuzmenko S.,  
Epifantsev A.,  
*SO HPE «DonNUET», Donetsk*

## **SOCIAL RESPONSIBILITY IN ASIAN COUNTRIES**

For the first time the concept of social responsibility business (CSR-Corporate Social Responsibility) was formulated in the middle of the twentieth century. According to this concept, business, in addition to the production of quality products and services within the legal framework, voluntarily takes on additional responsibilities to the society for implementation various kinds of social programs at no cost basis. In management science of the time, above all American, many concepts have been developed, including the most famous were «social business responsibility», «social responsibility of businessmen», «corporate social responsibility», «corporate social sensitivity», «corporate social performance», «corporate social integrity». Consistently developing, these concepts have accumulated in itself achievements of previous theoretical models, focusing on one aspect or another the problem being developed [1].

Asian corporate philanthropy has always existed in one form or another. The national institutional structures of philanthropy and community involvement in many of today's leading economies in Asia are only just catching up with what has long existed in the West for well over a century. In most Asian countries philanthropy has, until recently, been a communitarian effort. Asian philanthropists have preferred to be personally involved in the grant-making process, in contrast to the more formalized approaches of the West. More recently, Asian countries such as India and Singapore have moved towards setting up philanthropic foundations, along the lines of Western corporate foundations a way of implementing CSR [2].

In Asia, «classical philanthropy» such as building schools, hospitals and cultural institutions, far from being an add-on, is driven by business necessity. In post-colonial or post-conflict countries business has had to contribute to nation-building, thereby innovatively redefining the parameters of what constitutes CSR today. With the exceptions of Japan, an OECD member country, Singapore and South Korea, the limited capacity of the State to provide an enabling economic environment and the physical infrastructure for industry, individual corporations have had to, and have, stepped in [1].

With minimal state welfare and infrastructure provision, companies have had to ensure that their workforce had adequate housing, healthcare and education. It is not uncommon in the developing world for corporations to invest in power, water, roads and the like in the vicinity of their operations and facilities [2].

Nevertheless, in Asia today, the national institutional structures of philanthropy and community involvement in are only just catching up with the broader institutions that have existed in the developed world for well over a century. In most Asian countries philanthropy has, until recently, been a communitarian effort, where the community in the immediate vicinity of operations has been the primary beneficiary of corporate giving. The few exceptions include the century-old Tata trusts and foundations in India and the Philippines Business for Social Development experiment in the Phil [3].

As Nitin Desai, former Under-Secretary-General at the United Nations, said «...the giving has been more as acts of personal generosity and patronage rather than the systematic pursuit of a developmental vision». 16 Asian philanthropists have preferred to be personally involved in the grant-making process, in contrast to the more formalized approach of the Western corporate and family foundations.

Asian corporations, with Japan taking the lead in the 1970s and more recently, India and the Philippines have moved swiftly towards setting up philanthropic foundations, along the lines of Western family and corporate foundations as a way of implementing CSR. In Singapore, historically the family foundation has dominated the philanthropic giving of large family-controlled listed companies. Since 2008 the government has played a strong directive role in promoting corporate philanthropy and has been singularly focused on building a softer image as the philanthropy hub of Asia.

#### References:

1. Tata, Steel “Putting Principles into Practice,” CSR Presentation Tata Steel, Slide 21. [Electronic resource]. – Access mode: [http://www.tatagrowthshop.com/sustainability/csr\\_prsentation.ppt](http://www.tatagrowthshop.com/sustainability/csr_prsentation.ppt).
2. Ramzy, Austin and Lin Yang, “Tainted-Baby-Milk Scandal in China,” Time Magazine, Sep 16 2008, [Electronic resource]. – Access mode: [www.time.com/time/world/article/0,8599,1841535,00.htm](http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1841535,00.htm)
3. Calvin, M. Boardman & Hideaki Kiyoshi Kato, “The Confucian Roots of Business Kyosei,” Journal of Business Ethics 48, pages 317-333, [Electronic resource]. – Access mode: [www.sel.eesc.usp.br/informatica/graduacao/material/etica/private/the\\_confucian\\_roots\\_of\\_business\\_kyosei.pdf](http://www.sel.eesc.usp.br/informatica/graduacao/material/etica/private/the_confucian_roots_of_business_kyosei.pdf)

Kuzmenko S.,

Puskova A.

*SO HPE «DonNUET», Donetsk*

### **IMPLEMENTATION OF CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE COMPANY “NESTLE”**

Corporate social responsibility (CSR) today is the peak of economic

development and the success of companies. This topic is one of the most discussed in the business world. This is due to the fact that the role of business in the development of society has noticeably increased, and the requirements for openness in the business sphere have increased. Many companies have clearly realized that it is impossible to successfully conduct business, production in an isolated space [1, p. 151]. Currently, the leaders of the implementation of CSR are transnational corporations. This is due to the fact that CSR conducting requires significant financial investments. But public representation of the conceptual provisions of CSR leads to an increase in these practices [2, p. 1255]. Nestle is the world's largest producer of food and beverages, an expert in the field of proper nutrition and healthy lifestyles. The company conducts its business in more than 197 countries of the world. More than 330,000 people work in the Nestle group. It owns 442 factories in more than 86 countries. Nestle Corporation has declared its own concept of CSR: "Creating shared values". These three words actually explain what policy Nestle is committed to adhere to at the level of the corporation and the staff of its employees. The obligations of the corporation are associated with the firm conviction that in order for a company to become successful and prosperous in the long term, it must have a positive impact on society [3, p. 307].

Nestle has announced three key areas of CSR: nutrition, water management, and rural development. The first direction deals with the production of food products that are beneficial to the health of consumers, as well as measures to increase the availability and reduce the cost of products through the introduction of innovative technologies. In the second direction, support for measures to protect scarce water resources and their more efficient distribution are indicated. In the third direction, stimulation of the development of farms is being considered, where the raw materials needed for production are grown. The growth of population and the worsening of health and nutrition problems further increase the relevance of issues related to Nestlé activities related to proper and healthy nutrition. That is why the most important element of the concept of "Creating shared values" is the fulfillment of social obligations in the field of nutrition, health care and popularization of the active lifestyle. Among other issues that are very important for modern society and included among the main priorities of social policy are the rational use of water resources and the development of agricultural regions. Success in the development of these two areas significantly affects the lives of people involved in production processes. For example, the general well-being of farmers from whom the company buys raw materials, rural societies, workers, small enterprises and suppliers is improving, which, in turn, is a necessary condition for the company to be able to carry out its activities in the future. In the course of its activities, Nestle strives to treat the environment with care. Environmental policy is aimed primarily at preserving scarce natural resources for future generations [4, p. 239]. The fourth direction of CSR, which is not included in the strategy "Creating shared values", is a program to support young professionals. Its goal is to help young people with employment and vocational training by creating new jobs and providing opportunities for internships. Nestle pays special attention to nutrition problems. In recent years, the principles of

proper nutrition and a healthy lifestyle have become increasingly relevant and significant in society. Currently, the Research and Development Center Nestle is focusing on five priority research programs: Food Safety and Security, Healthy Aging, Pleasure and Benefits, Sustainable Food Systems, First 100 Days of Life and Healthy children [3, p. 308].

Nestle provides information to help healthcare workers ensure the healthy development of babies, cooperate with pediatricians, offering them new knowledge on baby food issues, disseminates the results of scientific work carried out by the Nestle Nutrition Institute in the academic community and the healthcare industry. The second direction of CSR "Nestle" is care for the preservation of the environment. A solving the problem of providing the growing population of the planet with drinking water and food products requires joint efforts of the state, business and society. Managers and specialists of Nestle are actively involved in many significant international and industry-related initiatives in this field. Among them are the water resources group 2030 (2030 WaterResourcesGroup, WRG); expert group for the development of the international standard ISO 14026: 2014 "Environmental management. Water trail. Principles, requirements and guidelines"; initiatives "Water Mandate of the First Person". The company seeks to increase production volumes, minimizing resource costs and waste produced by improving quality, efficiency and productivity. In 2014 72 enterprises of the company reached zero level of waste - this is 15% of the total number of Nestle production facilities (56 enterprises, 11% in 2013). The total energy consumption at production facilities per ton of finished products in 2015 was reduced by 26% compared to 2005, which is 1% higher than the planned figure. At the same time, the reduction in energy consumption indicators affected the production of all categories of Nestle products [4, p. 243].

Nestle is a responsible employer. The fundamental principle of Nestle is respect for the rights of employees, partners and all those with whom the company interacts. Nestle continues to implement the Comprehensive Human Rights Verification Program (HRDD) and is committed to continuous improvement in this area. Business should be involved in solving the problems of youth unemployment. Nestle has committed itself to providing young people with the opportunity for professional training and employment. In 2015, 11,832 young professionals benefited from the opportunities of the Nestle Needs YOUth young specialists support program. For full-time full-time positions in Nestle in the Europe, Russia and Eurasia region, 7,690 people were employed, another 4,142 worked through internships, and also participated in training and preparatory programs. The company carried out 1,677 events in which 5,652 of its employees were involved [5].

Nestlé is a company with more than 140 years of history, one of the world's largest food producers. In confirmation of the sustainability and seriousness of the commitments made on socially responsible behavior, the company has put in place an internal control mechanism, both managerial and trade union, for compliance with this Social Code. The company also confirms its readiness for various types of external control by the public.

#### References:

3. Wu, K. Exploring decisive factors in green supply chain practices under uncertainty [Текст]: Int J. Prod. Econ/ Wu K., Liao C., Tseng M. Chiu A.S., 2015. - P. 147–157.
4. Hartmann, P. Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands the roles of psychological benefits and environmental concern [Текст] / P. Hartmann, V. Apaolaza-Ibañez // J. Bus. Res. 65 (9), 2012. – P. 1254–1263.
5. Пермяков, Е. А. Реализация корпоративной социальной ответственности в транснациональных корпорациях в России на примере компаний: Coca-Cola и Nestle / Е. А. Пермяков, М. В. Певная // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II Международн. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 18–20 апреля 2016 г.: в 2х т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.— Т. 2. — С. 306-309.
6. Козырева, И.В. Опыт корпоративной социальной ответственности международных компаний на рынке пищевых производителей [Текст] / И.В. Козырева, О.Н. Гегечкори // Вестник молодежной науки. №1 (3).- Калининград: Изд-во КГТУ, 2016. – С. 236-245.
7. Библиографическая ссылка: Официальный сайт Nestlé S.A. [Электронный ресурс]. URL: < <https://www.nestle.com/> >

Krachunov H.,  
Voitushenko A.  
*SO HPE «DonNUET», Donetsk*

### **THEORY OF THE WORLD MONETARY RELATIONS**

The most part of the industrial trading companies, banks and natural persons carry out different international monetary operations. These operations have significant impact on joint efficiency of activity of economic subjects which actively participate in world monetary operations. The relevance and the practical importance of this research is connected with this circumstance. The world monetary relations are a set of the public relations which are formed when functioning currency in the world economy and serving mutual exchange of results of activity of national farms [1, p. 57].

Development of the international monetary relations is caused by such factors:

- 1) increase in production;
- 2) formation of the world market;
- 3) deepening of the international division of labor;
- 4) creation of world system of economy;
- 5) internationalization of the economic relations.

As the monetary relations have got certain forms on the basis of internationalization of the economic relations, distinguish such types of currency systems: national, regional and world.

The first there was a national currency system - it is the system of the

organization of the currency relations of the state which was created historically and recorded by the national legislation.

The World Currency System (WCS) is historically created form of the organization of the world monetary relations which is recorded by interstate agreements. WCS acts as set of methods, tools and interstate bodies by means of which a payment and settlement turn within the world economy is implemented [1, p. 26-40].

The main supranational monetary institute providing constancy of world currency system is the International Monetary Fund. His task - counteraction to currency restrictions, creation of multinational system of payments on currency transactions, etc. [2, p. 78].

Besides, a number of the international institutes which investment and credit activity bears, at the same time, and currency character belongs to the international monetary organizations. It is possible to distinguish from them: International Bank for Reconstruction and Development, European Investment Bank, Asian and African Development Bank, Scandinavian investment bank, Arab currency fund, International Development Association, etc. [2, p. 82].

For a concrete example it is possible to consider financial obligations of some countries according to the international investment position in comparison with the Russian Federation as today the country is the largest private debtor among developing countries and countries with economies in transition and is close on the level of corporate external debt to such developed countries as Australia, Canada, Austria, Denmark (tab. 1) [3].

Table 1 - Financial obligations of some countries according to the international investment position (one trillion US dollars, on the end of the year), [3]

Year Country	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Germany	2,58	2,59	3,09	3,88	4,44	4,27	5,11	6,29
Japan	1,81	1,52	1,59	1,99	2,38	2,76	2,88	3,16
France	2,25	2,25	2,61	3,53	4,44	4,77	6,35	...
Italy	1,08	1,06	1,27	1,65	1,93	1,98	2,49	2,95
Brazil	...	0,37	0,34	0,41	0,45	0,50	0,62	...
Mexico	...	0,36	0,37	0,40	0,44	0,50	0,57	...
Great Britain	4,48	4,66	5,12	6,39	7,86	8,68	10,96	13,62
Russia	0,18	0,22	0,25	0,33	0,42	0,55	0,77	1,23

In seven years Russia has almost six times increased the volume of foreign obligations. On 1/1/2016 their total volume has reached 1 226 bln. dollars of the USA. By their size Russia in 2015 has outstripped Mexico and Brazil, and following the results of 2014 – has come very close to China (tab. 1) [3]. Proceeding from tab. 1, it is possible to note that the large-scale loans which are carried out in 2009-2016 by the Russian companies have practically not exerted impact on the innovative growth of economy. Extremely low rates of updating of fixed assets (about 3%) have remained, the wear of production capacities is still close to 50%. To the middle of

2016 the country has saved up about 488,3 bln. dollars of the USA of a private debt which, though is interpreted as long-term, nevertheless, has average term before repayment – about three years. Until recently practically all Russian private debt was refinanced in the western markets.

Also, it is possible to note that from the middle of the twentieth century the world currency relations receive a new boost of development. Thus, it is possible to draw a conclusion that internationalization and globalization of world economy contributes to the development of trade and economic exchange, expansion of the currency relations between the states. Problems of stability of currencies, admissible borders of their fluctuations on the relation to each other and to reserve currencies become the main problems of world economic development. Creation of the effective currency mechanism for free implementation of world economic communications becomes the main task of the international financial system.

#### References:

1. Бажан, А.И. Мировая валютная система: настоящее и будущее / А.И. Бажан // изд-во: М.: Ин-т Европы РАН, 2016. – 116 с.
2. Гусаков, Н.П. Международные валютно-кредитные отношения: учебник / Н.П. Гусаков, И.Н. Белова, М.А. Стренина; под общ. ред. Н.П. Гусакова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. – 351 с.
3. Библиографическая ссылка: Официальный портал федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>

## **СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ**

Алексеев С.Б., д.э.н., доц.,  
Белоус А. Г.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

### **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях функционирования экономики Донецкой Народной Республики от эффективного формирования трудовых ресурсов предприятия во многом зависит его дальнейшее функционирование и развитие. В частности, развитие трудового потенциала должно опережать развитие технологии производства и системы организации производственно-трудоустройства, следовательно, с развитием общего уровня экономики в стране все более сложный уровень решения разнообразных задач обуславливает повышение уровня трудового потенциала предприятия.

В настоящее время накоплен достаточно большой мировой опыт формирования трудового потенциала предприятия. В частности, например, в американских компаниях кадровые службы разрабатывают пятилетние планы ротации сотрудников по должностям с целью выявления их возможностей и способностей с одной стороны, с другой стороны для учета ожидаемых вакансий. При этом постоянно осуществляется работа кадровых служб по планированию карьеры работников и продвижению их по служебной лестнице в процессе стимулирования карьерного роста, а назначение на должность руководителей высшего звена осуществляется как правило, только после тщательной проверки и оценке каждого кандидата [1, с.27].

И только если реально существующий и соответствующим образом оцененный потенциал работника превышает требования установленных стандартов, осуществляется его утверждение на должность на более высоком уровне. Такая система позволяет руководителям высшего звена постоянно отслеживать, выявлять и оценивать способности персонала с целью непрерывного формирования кадрового потенциала [2, с.56].

В отличие от методов, применяемых американскими фирмами (эффективные системы заработной платы, анализ организации труда и рабочих мест, аттестация служащих), японские корпорации практикуют создание факторов благоприятного морально-психологического климата, морально – этических стимулов, проведение политики общности интересов и целей работника и корпорации.

Кроме того, в японских компаниях широко используется система пожизненного найма персонала, учета и премирования за выслугу лет, профессионального обучения на каждом уровне карьерной лестницы и

обеспечению карьерного роста на протяжении всего периода работы персонала в компании [3, с.234].

Обобщая опыт зарубежных предприятий можно сформировать главную цель системы управления персоналом: обеспечение кадрами, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие и построить дерево целей трудового потенциала предприятия (рис.1).

Безусловными позитивными моментами формирования трудового потенциала предприятия, которые можно обобщить на основе опыта использования в разных странах мира, выступают [4, с.225]:

1. Осуществление горизонтального управления с акцентом на общность интересов руководства и коллектива.
2. Создание благоприятного морально-психологического климата на рабочем месте.
3. Эффективная деятельность кадровой службы по выявлению трудового потенциала работников.
4. Планирование и стимулирование карьерного роста персонала на протяжении всего периода работы в компании.
5. Обеспечение развития трудового потенциала путем создания условий для профессионального обучения и повышения квалификации.

Отсюда можно сделать вывод, что для обеспечения эффективного формирования трудового потенциала предприятия необходимо изменить многие существующие стандарты в управлении персоналом.

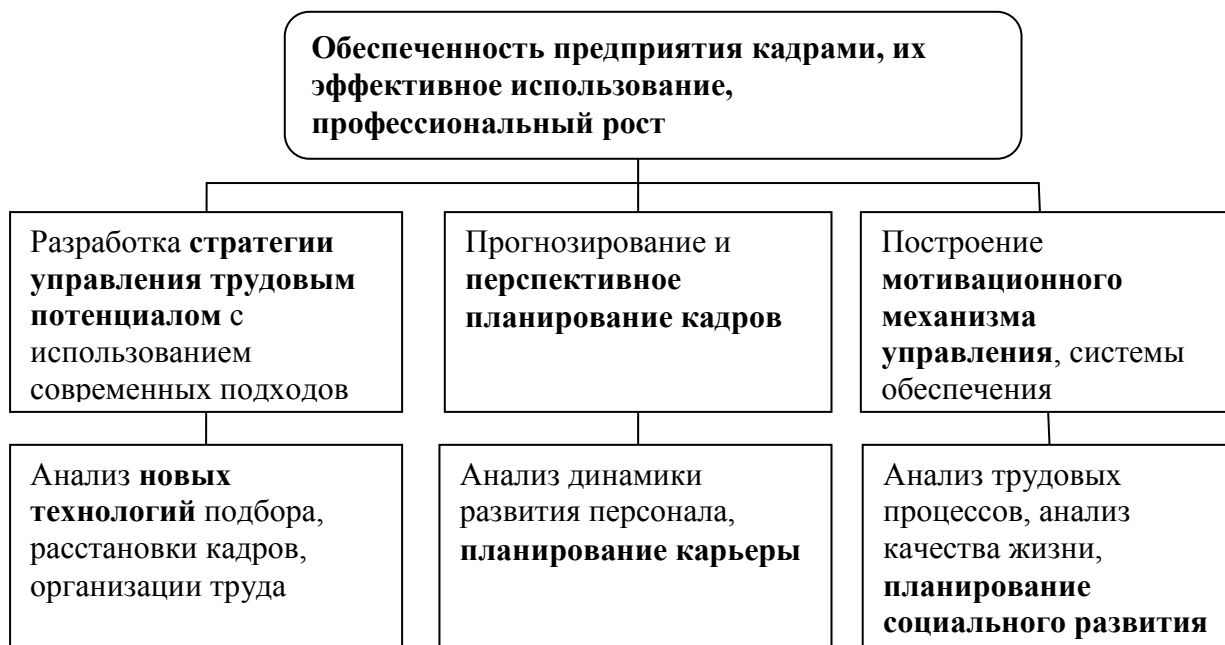


Рис. 1 - Дерево целей управления трудовым потенциалом предприятия

В целом, система формирования трудового потенциала предприятия должна предусматривать следующие обязательные элементы:

- систему формирования потенциала найма;

- систему формирования потенциала обучения персонала;
- систему формирования потенциала стимулирования персонала;
- систему формирования социального развития персонала.

Все элементы системы формирования трудового потенциала должны быть не только взаимосвязаны между собой, но и работать постоянно, независимо от положения дел в компании.

Таким образом, нами выделены особенности управления трудовым потенциалом предприятия, исследован комплекс характеристик, которые используют для определения возможностей обеспечения эффективного труда, и которые предложено усовершенствовать на основе понятия "трудоустройство", а также обобщены факторы, которые влияют на величину трудового потенциала.

Разработано дерево целей управления трудовым потенциалом предприятия, структура системы управления трудовым потенциалом на предприятии.

Список использованных источников:

1. Косаев, А.Г. Трудовой потенциал и занятость в условиях интенсификации [Текст] / А.Г. Косаев. – М.: Наука, 2015. – 160 с.
2. Армстронг, М. Стратегическое управление человеческими ресурсами [Текст] / М. Армстронг; пер. с англ. под ред. Н.В. Гринберга. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 198с.
3. Гольдфарб, А.Г. Среда формирования и реализации трудового потенциала промышленного предприятия [Текст] / А.Г. Гольдфарб // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. – 2016. – № 59. – С.231-238.
4. Зеленцова, Л.С. Комплексный подход к стратегии развития кадрового потенциала [Текст] / Л.С. Зеленцова, А.В. Мурадян, // Вестник Оренбургского государственного университета – 2016. – № 11. – С. 222 -228.

Алексеев С.Б., д.э.н., доц.,  
Бирюкова К.И.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СИСТЕМНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В условиях кризиса в экономике Донецкой Народной Республики, который характеризуется нестабильностью и быстрой изменчивостью факторов внешней среды, экономической блокадой, приостановкой деятельности многих предприятий, одной из первостепенных задач менеджмента становится эффективное формирование и использование ресурсного потенциала предприятия; согласование внутреннего потенциала предприятия с внешним потенциалом окружения для достижения с целью долгосрочного выживания в

перспективе и достижения стратегических целей. Однако, на сегодняшний день механизм управления ресурсным потенциалом предприятий недостаточно разработан, не полностью отвечает требованиям повышения эффективности его формирования и использования, получения желаемых финансовых результатов и перспективного развития.

Проблемам формирования и использования ресурсного потенциала предприятия посвящено большое количество работ как отечественных, так и зарубежных ученых, таких как Л. Абалкин, В. Авдеенко, Г. Акбердин, П. Борщевский, И. Бугский, В. Котлов, Н. Краснокутская, Г. Мельничук, М. Кучеров, О. Олексюк, И. Ступницкий, И. Фарион, О. Федонин, Е. Фигурнов, С. Хейнман, Д. Черников, В. Шеян, С. Шкарабан и другие. При этом большинство теоретических концепций развития ресурсного потенциала, его структуры и свойств, которые лежат в основе его использования, являются недостаточно обоснованными или противоречивыми.

Тем не менее, большинство ученых утверждают, что для качественного управления ресурсным потенциалом предприятия механизм формирования и использования экономических ресурсов должен базироваться на принципах системности и комплексности [1, с.30; 2].

Принцип системности предусматривает управление экономическими ресурсами и возможностями как сложной динамической системой. Под системой здесь следует понимать совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, которые находятся в зависимости от внешней среды, но при этом образуют некое единство. К определяющим системным принципам следует отнести принципы, выделенные на рисунке 1. Далее целесообразно дать их краткую характеристику.

Целостность предусматривает принципиальную невозможность сведения свойств системы к простой сумме свойств ее составляющих. Данный принцип определяет зависимость каждого элемента, свойств и отношений системы от его места в структуре, функций и роли внутри целостного механизма [3, с.23].

Структурность предполагает определение некоторых свойств системы посредством формирования и анализа ее структуры. Взаимозависимость системы с внешней средой предполагает, что система формирует и обнаруживает свои свойства только в процессе взаимодействия с внешней средой.

Иерархичность предусматривает, что каждый отдельный элемент системы может рассматриваться в свою очередь, как отдельная система, а система, которая рассматривается, является одним из компонентов системы высшего уровня.

Множественность описаний каждой системы. Из-за сложности каждой из систем адекватное их изучение требует построения множественных моделей, каждая из которых описывают соответствующие аспекты целостной системы.

Сбалансированность, в свою очередь, имеет два важных аспекта: первый аспект можно выразить как обязательное требование гармонизации интересов всех групп заинтересованных лиц. При этом управленческие решения должны

быть направлены, в первую очередь, на удовлетворение интересов наименее удовлетворенной группы заинтересованных лиц. Второй аспект данного принципа касается необходимости согласования долгосрочных и краткосрочных целей и стратегий, поскольку принцип развития нельзя абсолютизировать, для выживания в долгосрочной перспективе предприятие должно обеспечивать непрерывно высокий уровень использования ресурсного потенциала.

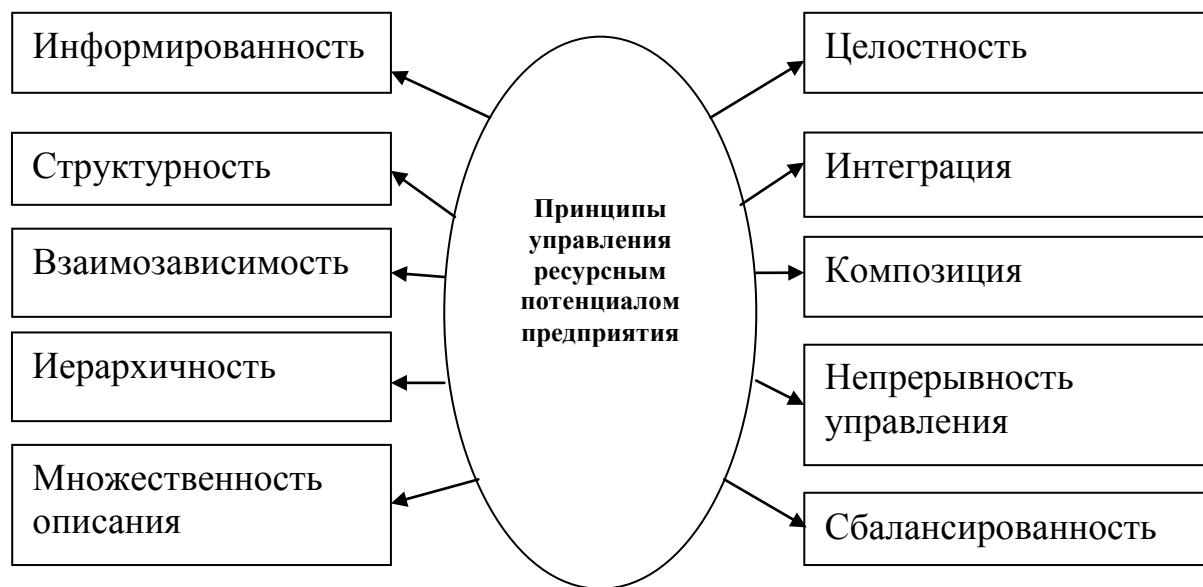


Рис. 1 - Системные принципы управления ресурсным потенциалом предприятия

Непрерывность в управлении предполагает, что процесс управления формированием и использованием ресурсного потенциала имеет непрерывный, постоянный характер.

Композиция выражается в достижении согласованности общих и частных целей управления ресурсным потенциалом.

Интеграция позволяет объединять результаты повышения эффективности формирования и использования ресурсного потенциала в процессе получения синергического эффекта.

Информированность определяет соответствующее информационное обеспечение как главное требование обеспечения эффективности управления ресурсным потенциалом предприятия [4, с.56].

В целом, в процессе управления ресурсным потенциалом предприятия необходимо использовать системный подход, который предусматривает исследование ресурсов предприятия как сложных систем, которые состоят из отдельных элементов с многочисленными внутренними и внешними связями. Системный подход при управлении экономическими ресурсами позволяет глубже изучить объект управления, получить более полное представление о нем, обнаружить причинно-следственные связи между составляющими ресурсного потенциала предприятия [5, с.122].

Системный подход позволяет комплексно оценить любую

производственно-хозяйственную деятельность и систему управления на уровне конкретных характеристик. Это поможет проанализировать любую ситуацию в пределах отдельно взятой системы, обнаружить характер проблем входа, процесса и выхода. Применение системного подхода позволит наилучшим образом организовать процесс принятия решений на всех уровнях в системе управления ресурсным потенциалом предприятия.

Таким образом, рассмотрены основные системные принципы управления ресурсным потенциалом предприятия, дана краткая их характеристика, обосновано использование системного подхода, позволяющее оптимизировать процесс принятия решений на всех уровнях управления ресурсным потенциалом предприятия как сложной системой.

Список использованных источников:

1. Отенко, И.П. Механизм управления потенциалом предприятия: монография [Текст] / И.П. Отенко, Л.М. Малярец. – Х: ХГЭУ, 2013. – 220 с.
2. Попов, Е.В. Потенциал маркетинга предприятия: [Электронный ресурс] / Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №5. – Режим доступа <http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-5/04.shtml>.
3. Коталько, В.С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий [Текст] / В.С. Коталько // Вестник С.Петербургского ун-та; Серия Менеджмент. – 2008. – №4. – С.20-42.
4. Бронникова, Т.С. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия: монография [Текст] / Т.С. Бронникова, В.В. Котрин. – Королев, ФТА. – 2015. – 134с.
5. Ашимбаев, Т.А. Экономический потенциал и эффективность его использования [Текст] / Т.А. Ашимбаев. – Алма-Ата: Наука, 2015. – 256с.

Алексеева Н.И., к.э.н., доц.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ**

В современных кризисных условиях функционирования экономики Донецкой Народной Республики, которые характеризуются усилением конкуренции на потребительском рынке, связанным с падением платежеспособного спроса населения и появлением большого количества новых игроков, выживание предприятия и достижение поставленных целей зависят от использования инновационных механизмов стратегического планирования экономического поведения предприятия. При этом от правильной, научно обоснованной разработки стратегических стандартов экономического поведения предприятия зависит построение эффективных моделей поведения в условиях жесткой конкуренции, завоевание и удержание желаемых конкурентных позиций на целевых рынках долгосрочное развитие.

Отсутствие в современной экономической литературе единого подхода к трактовке стратегических стандартов экономического поведения предприятия в конкурентной среде обуславливает актуальность данного исследования.

Несмотря на то, что в современной экономической литературе широко освещены аспекты стратегического планирования, определения понятий «стратегические цели» и «стратегические стандарты» не имеют единой трактовки.

Большинство авторов сходятся во мнении, что цель – это конкретное или конечное состояние, которое определяет направления развития предприятия с учетом динамики внешней среды и внутреннего потенциала [1, с.147]. Справедлива точка зрения, в соответствии с которой под целью следует понимать конечные результаты, которые планируется достичь в установленном периоде, или реальные задачи, стоящие перед предприятием [3, с.323]. Дискуссионным, на наш взгляд, является определение сущности стратегических целей как абстрактной модели желаемого состояния среды [4, с.124], как взаимоотношений между объектом и субъектом управления [5, с.266], как инструмента, отражающего видение собственников предприятия по поводу создания системы мотивации персонала.

Достижение поставленных целей обеспечивается моделями поведения, суть которых отражается в Стандартах поведения, разрабатываемых в настоящее время многими крупными предприятиями.

В настоящее время в литературе отсутствует сформированное мнение ученых относительно разработки и возможностях применения стандартов поведения, а сами стандарты разрабатываются только теми крупными предприятиями и корпорациями, которые ориентируются на формирование положительного имиджа, долгосрочное устойчивое развитие и рост конкурентоспособности, не зависимо от сферы деятельности: в управлении проектами (Project Management Institute), агропромышленном секторе (РОС АГРО ПЛС), торговле (АО «ТК «МЕГАПОЛИС»), промышленности (компании Fortive, Bristol-Myers Squibb, BRT GROUP), медицине (ГБУ «ЮСДИ») и пр.

Все Стандарты поведения (Кодексы деловой этики, Кодексы поведения, Кодексы профессиональной этики) отражают нормы и правила поведения персонала внутри предприятия по отношениям в коллективе и с клиентами. Контакты взаимодействия с внешней средой либо не рассматриваются, либо отражены фрагментарно.

Так, в отношении конкурентов Стандарты поведения, разработанные на крупных предприятиях, сводятся к установлению доверительных долгосрочных контактов [2, с.19], при этом, не уточняется, что понимается под доверительными контактами, как это влияет на расстановку сил на рынке и на конкурентную позицию самого предприятия.

Выбор поставщиков, в соответствии со Стандартами, осуществляется на объективной и беспристрастной основе, предпочтение отдается только тем, кто соблюдает нормы законодательства и действует на взаимовыгодной основе [6, с.10], не уточняется, в чем заключается взаимная выгода, и каким образом

такие взаимоотношения могут отразиться на деятельности предприятия в количественных показателях (доходе, прибыли, товарообороте и пр.).

Характеристика взаимодействия с государственными органами ограничивается описанием личных контактов работников предприятия с госслужащими в пределах предоставления последним точной и полной информации о деятельности предприятия согласно установленным формам и официальным запросам.

К недостаткам положений, отраженных в Стандартах поведения, разработанных и используемых в настоящее время на предприятиях, на наш взгляд, следует отнести:

- личностный характер, отражающий нормы поведения работников по отношению к коллективу или предприятию;

- внутреннюю направленность стандартов поведения, характеризующую внутрикорпоративную среду;

- отсутствие связи между стандартами и целевыми ориентирами предприятия;

- обособленность по отношению к механизму разработки стратегий, стратегических планов;

- отсутствие критериев оценки стандартов поведения и количественных показателей, на основе которых можно проводить анализ эффективности их реализации;

- абстрагированность от антикризисных планов и программ, разрабатываемых и реализуемых предприятием.

Рассматривая Стандарты поведения как неотъемлемую часть системы управления предприятием, следует отметить, что они не только обосновывают нормы и правила действий сотрудников предприятия, но и являются обеспечивающими элементами при реализации стратегических планов и тактических задач, поэтому необходимо: во-первых, определить их место в механизме разработки стратегических планов; во-вторых, обосновать требования, в соответствии с которыми Стандарты станут действенным инструментом в реализации поставленных задач; в-третьих, разработать механизм формирования и функционирования Стандартов поведения для торговых предприятий. Таким образом, целесообразно предложить следующее определение: *стратегические стандарты внешнего поведения предприятия* – это система установленных норм, действий и процедур, характеризующая взаимодействие с элементами внешней среды и направленная на достижение промежуточного или конечного результата в стратегическом периоде.

Стратегические стандарты внешнего экономического поведения предприятия понятие более широкое, чем установление и выбор стратегических целей. Это обусловлено тем, что стандарты поведения в отличие от целей характеризуют не только определенный результат, но и процесс достижения этого результата, в отличие от целей имеют комплексный вертикально-горизонтальный уровень иерархии и реверсивный характер, который позволяет быстрее и более гибко реагировать на изменения, происходящие во внешней

среде, за счет разработанной типологии поведения ее субъектов.

Таким образом, в данном исследовании предложено авторское определение дефиниции «стратегические стандарты внешнего поведения предприятия», которые представляют собой систему установленных норм, действий и процедур, характеризующую взаимодействие с элементами внешней среды и направленную на достижение промежуточного или конечного результата в стратегическом периоде. К направлениям дальнейших исследований следует отнести разработку механизма формирования и выбора стратегических стандартов внешнего экономического поведения предприятия.

Список использованных источников:

1. Бурмистров, А.Н. Концептуальная схема расширенной сбалансированной системы показателей деятельности предприятия [Текст] / А.Н. Бурмистров, М.П. Синявина // Стратегическое управление организациями: теория и практика инновационного развития: сборник научных трудов всерос. научно-практ. конф. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – С.145-154.
2. Кодекс делового поведения и этики РОС АГРО ПЛС и компаний группы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rusagrogroup.ru/fileadmin/files/corporate\\_documents/regulations/2014\\_05\\_kodeks\\_delovogo\\_povedeniya\\_i\\_etiky.pdf](http://www.rusagrogroup.ru/fileadmin/files/corporate_documents/regulations/2014_05_kodeks_delovogo_povedeniya_i_etiky.pdf)
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 816 с.
4. Лапыгин, Ю.М. Стратегический менеджмент [Текст] / Ю.М. Лапыгин. – М.: Инфра-М, 2007. – 242 с.
5. Мескон, М.Х. Основы менеджмента [Текст] / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.
6. Стандарты деловой этики и корпоративного поведения для сторонних подрядчиков Bristol-Myers Squibb [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bms.com/ru/our-principles/standards-of-business-conduct-and-ethics-for-third-parties.html>.

Баранцева С.М., к.э.н., доц.,  
Пожидаев Н.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ООО «ЛАКОНД»**

В условиях жесткой конкуренции перед производственными предприятиями с особой актуальностью встают задачи оценки ресурсного обеспечения производственной программы, ведь от того насколько точно предприятие оценит свою производственную программу и ресурсное обеспечение зависит эффективность его деятельности. Актуальность проблемы, недостаточность изучения отдельных ее аспектов определили цель и задачи

работы.

Исследованию экономических, организационных и других аспектов связанных с оценкой эффективности ресурсного обеспечения производственной программы посвящены многочисленные труды отечественных ученых С.Д. Гульманова, В.А. Линкевича, М.В.Мельник, Н.С. Пласова и других.

По мнению В. А. Линкевича и С. Д. Гульманова для обобщающей характеристики потенциала предприятия необходимо провести расчет обобщающих показателей (отдача всех ресурсов), дифференцированных (производительность труда, фондоотдача и др.) и функциональных показателей (инновационная активность, доля рынка и др.)

Анализ эффективности использования ресурсов М. В. Мельник предлагает проводить по общей схеме [2, с.300] состав, структура, состояние и движение ресурсов, обеспеченность основными видами ресурсов; расчет показателей экстенсивного и интенсивного использования ресурсов, их оценка в динамике; выявление резервов повышения эффективности использования ресурсов. При этом учитывать характер используемых ресурсов предлагает при оценке их эффективности. Н. С. Пласова [1] отмечает, что «...интенсификация использования ресурсов обеспечивает прирост отдачи за счет повышения производительности труда, производительности оборудования, повышения материал отдачи, капиталотдачи и др.».

Таким образом, не существует и единого мнения о системе показателей для оценки эффективности использования ресурсного потенциала. Анализ использования ресурсов, которыми располагает предприятие, позволяет не только оценить достигнутый уровень в целом и его составляющих, но и изыскать возможности повышения эффективности использования ресурсов. Поэтому нами была предложена схема проведения анализа обеспечения ресурсами производственной программы, которая предполагает три этапа. На первом формируется стратегический портрет предприятия. Для этого проводится анализ его хозяйственной деятельности, выделяются основные стратегических зон хозяйствования и стратегические бизнес-единицы, изучается внутренняя среда предприятия.

На втором этапе проводится анализ производственной программы на предприятии, который предполагает изучение основных показателей предприятия в динамике, динамику объема и структуры реализации продукции в разрезе ассортиментных групп и товаров, построение и анализ индексов Пааше и Ласпейреса.

На третьем этапе проводится оценка эффективности ресурсного обеспечения деятельности предприятия включающая факторный анализ влияния состояния и эффективности использования основных фондов на динамику объема реализованной продукции; а также факторный анализ производительности труда и оценку эффективности использования основных средств.

При расчете обобщающего показателя производительности труда,

фондоотдачи и материалоотдачи следует использовать показатель не валовой продукции, а выручки от продажи. Это обусловлено тем, что именно выручка от продажи определяет производственную программу предприятия и, как следствие, – объем производимой продукции [2, с.116].

Исследовав технико-экономическую характеристику исследуемого предприятия можно сказать, что ООО "Лаконд" успешно функционирует и развивается на рынке. Повышение ресурсотдачи на 10 % за 2018г. дает ему возможность расширить объемы своей деятельности и увеличить долю на рынке.

Анализ состава, структуры и динамики чистой выручки от реализации "Лаконд" за 2016-2017 гг. дал возможность обозначить, что начиная со 2 квартала 2017 года, предприятие в должной мере нарастило производительную мощность и начала выходить на новые рынки, что отразилось на выручке от реализации. И к 3 кварталу предприятие уже вышло на объемы 1 квартала 2016 года, а к концу года превысило на 7,86% по сравнению с 1 кварталом 2017 года и составило 3 090 077 тыс. рублей.

Таблица 1 - Сводная таблица влияния факторов на изменение объема реализации ООО «Лаконд»

Группы факторов	Размер влияния, +/-	
	Положительное, +	Отрицательное, -
Ценовые факторы:		
- количество реализованной продукции	59805,0	
- изменение цен на продукцию предприятия		-11237,0
Факторы, связанные с эффективностью использования основных средств :		
- среднегодовая стоимость основных средств	435660	
- фондоотдача		-387092
- трудовые факторы		
- среднегодовая численность персонала	-1440939,2	
- производительность труда		1489507,2

Проанализировав показатели ресурсного обеспечения производственной программы, а именно: динамику чистой выручки от реализации, структурный и в динамике объем реализации продукции в разрезе ассортиментных групп и товаров, индексы Ласпейреса и Пааше, критериальную оценку производственной программы предприятия в условиях многономенклатурного производства, факторы влияющие на выручку - можно сказать, что предприятие эффективно использует имеющиеся ресурсы и производственные мощности.

Результатом оценки ресурсного обеспечения, стал анализ показателей эффективности использования ресурсного потенциала, который показал, что предприятие не достаточно эффективно использует ресурсы (поскольку

интегральный коэффициент эффективности использования ресурсов  $<1$  и составляет 0.84.

Факторный анализ ресурсного обеспечения показал, что увеличение средней стоимости основных средств дал положительный эффект на чистую выручку от реализации, в тоже время негативное изменение фондоотдачи дал отрицательный эффект. Анализ показателей эффективности использования трудового потенциала на предприятии показал, что производительность труда в целом по предприятию в текущих ценах увеличилась.

Анализ факторного анализа производительности труда показал, что среднегодовая численность персонала, а именно уменьшение её, негативно повлияло на выручку. А увеличение производительность труда увеличилась повлияло положительно на изменение выручки.

**Выводы.** Таким образом, успешная деятельность предприятия во многом зависит от правильно разработанной производственной программы. Ее разработка является довольно сложным процессом, поэтому после ее составления необходимо дать оценку ее эффективности.

Ресурсное обеспечение является основополагающим моментом в организации предприятия ООО «Лаконд», что обуславливает обязательное обоснование ресурсного обеспечения предприятий и заключается в своевременных расчетах потребности по каждому виду ресурсов.

В целом, оценка эффективности производственной программы на предприятии «Лаконд» имеет положительную тенденцию. Увеличение объемов реализации ассортиментной продукции, эффективное использования ресурсного обеспечения даёт положительный эффект на хозяйственную деятельность.

Список использованных источников:

1. Любушин, Н.П. Использование ресурсного подхода при оценке финансовой устойчивости организации [Текст] / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева, Р.Я. Ивасюк, Е.Е. Козлова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 9.

2. Мельник М.В., Кривцов А.И., Горлова О.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие [Текст] / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Горлова.– М.: Форум, Инфра-М, 2014. – 368 с.

Климович Л.К., к.э.н., доц.

*УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», г. Гомель*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ УСЛУГ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ПРОБЛЕМНЫХ РЕГИОНОВ**

В концепциях развития сферы услуг актуализировано развитие

региональной рыночной инфраструктуры – системы учреждений и организаций, обслуживающих движение товаров и услуг на региональном рынке и обеспечивающих региональный воспроизводственный процесс. Эффективность региональной политики зависит от регионального разделения труда и воспроизводства экономического потенциала региона. Многолетнее исследование тенденций развития рынков услуг в постиндустриальной экономике обосновывает усиление регионального компонента, повышение значимости сферы бытовых услуг как индикатора социально-экономического развития экологически проблемных регионов после аварии на Чернобыльской АЭС. В результате реструктуризации, приватизации и , экономических экспериментов по смене собственности резко снизилось воздействие и роль государства в регулировании общественного производства, что привело к кризисным явлениям [1].

Научная значимость исследуемой проблемы, недостаточная разработанность и повышение её роли для обеспечения безопасности, устойчивого развития и качества жизни населения в экологически проблемных регионах обусловили решение следующих задач:

- совершенствование государственного регулирования развития регионов в целях минимизации последствий катастрофы;

- обеспечение радиационного мониторинга природных ресурсов;

- изоляция и охрана наиболее загрязнённых территорий;

- создание системы защиты чистых территорий от миграции радионуклидов;

- обеспечение здоровья и повышение качества жизни населения в соответствии с государственными социальными стандартами.

Для реализации Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2003 г. N 724 «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения Республики Беларусь» в Гомельской области с целью выполнения норматива обеспеченности населения сетью комплексных приемных пунктов по приёму заказов на бытовые услуги в сельской местности действует сеть комплексно-приемных пунктов. Для сельских населенных пунктов численностью жителей более 200 человек осуществляется выездное обслуживание по графику не реже одного раза в две недели. Информация о выполнении норматива обеспеченности населения сетью комплексных приемных пунктов по приему заказов на оказание бытовых услуг в сельской местности холдингом "Гомельоблбыт" по состоянию на 01.01.2017 г. представлена в таблице 1.

Таким образом, норматив обеспеченности населения сетью комплексных приемных пунктов по приему заказов на оказание бытовых услуг в сельской местности в целом выполняется. Фактическая обеспеченность составляет 1886 человек на комплексный приемный пункт.

Так сложилось исторически, что от Гомеля до границы с Россией 20, а до границы с Украиной – 40 километров. Поэтому обосновано, что автором проведено комплексное исследование социально-экономического развития

сферы услуг приграничных регионов России, Украины и Беларуси с аналогичными проблемами после экологической катастрофы и сопоставлены результаты анализа.

Таблица 1 – Динамика показателей обеспеченности населения сетью комплексных приемных пунктов (СКПП) по приему заказов на оказание бытовых услуг в сельской местности холдингом "Гомельоблбыт"

№ п/п	Гомельская область	Количество сельских жителей на 01.01.2016 г., чел.	Фактическое количество СКПП на 01.01.2017 г., ед.	Фактическая обеспеченность сельского населения сетью КПП, чел./1 СКПП	Норматив обеспеченности населения сетью КПП, ед.	
					на 1800 чел.	на 2200 чел.
Гомельская область		299824	159	1886	149	124
в том числе в разрезе районов:						
1	Брагинский	6626	6	1104	4	4
2	Буда-Кошелевский	19489	9	2165	11	9
3	Ветковский	9436	4	2359	6	5
4	Гомельский*	65315	7	2799	11	9
5	Добрушский	15356	13	1181	9	7
6	Ельский	6308	8	789	4	3
7	Житковичский	-	-	-	-	-
8	Жлобинский	25065	12	2089	14	12
9	Калинковичский	18985	12	1582	11	9
10	Кормянский	6014	3	2005	4	3
11	Лельчицкий	-	-	-	-	-
12	Лоевский	5525	3	1842	4	3
13	Мозырский	20941	15	1396	12	10
14	Наровлянский	2634	6	439	2	2
15	Октябрьский	7174	6	1196	4	4
16	Петриковский	15063	13	1159	9	7
17	Речицкий	27475	13	2113	16	13
18	Рогачевский	22829	12	1902	13	11
19	Светлогорский	12502	8	1563	7	6
20	Хойникский	6841	4	1710	4	4
21	Чечерский	6246	5	1249	4	3

*Примечание* – Источник: составлена на основе данных холдинга.

В процессе исследования уточнены теоретико-методологические основы

формирования и устойчивого развития сферы платных и бытовых услуг в экологически проблемном регионе на примере Гомельской области:

- впервые осуществлено комплексное теоретическое исследование региональных и отраслевых особенностей и роли государственного регулирования в переходный период развития экономики, разработаны методологические основы и механизмы влияния государства на реорганизацию и устойчивое развитие сферы услуг экологически дестабилизированного региона;

- исследованы причины и тенденции снижения экономической и экологической безопасности в исследуемом регионе, теоретически обоснована роль бытовых, финансово-кредитных, образовательных, информационных и других платных услуг в формировании новых социально-экономических отношений, выработаны предложения по поддержке предпринимательства и развития малого бизнеса в регионах;

- определены императивы и обоснована необходимость государственного регулирования формирования и развития сферы бытовых услуг в экологически дестабилизированных регионах;

- предложена концептуальная схема социально-экономического регулирования развития сферы бытовых услуг в экологически проблемных регионах с учётом развития предпринимательского сектора;

- на основе существующих в отечественной и зарубежной литературе классификаций услуг представлен комплекс индикаторов услуг, сформированы принципиальные положения оценки состояния сферы платных услуг, сложившейся структуры управления сферой бытовых услуг [2].

На основе анализа развития рынков услуг региона за период с 1986 года установлены причины и тенденции снижения экономической и экологической безопасности регионов, сформулированы императивы и обоснована необходимость усиления государственного регулирования развития сферы услуг в регионах.

Список использованных источников:

1. Климович Л.К. Постиндустриальная концепция сферы услуг экологически дестабилизированного региона Научный журнал «Труды БГТУ». Серия VII «Экономика и управление». Выпуск XX. – Минск. – 2012. – С. 71-74.

2. Климович, Л.К. Регулирование развития сферы услуг экологически дестабилизированного региона: монография [Текст] / Л. К. Климович; под ред. А. В. Неверова. – Гомель: ЦИИР, 2008. – 310 с.

Олифиров А. В., д-р. экон. наук, проф.,

Маковейчук К. А., канд. экон. наук, доц.

*Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», Ялта, Россия*

## **ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Информационные технологии обеспечивают на предприятиях следующие

процедуры: создание баз данных товаров на сайтах, осуществление платежей, формирование заказов, доставку товаров (для цифрового контента), реализацию логистических механизмов, внедрение Интернет-маркетинга, поддержку информационной безопасности и т.п. Поэтому разработка графической модели подготовки кадров для цифровой экономики на основе анализа и выбора процессов управления информационными технологиями предприятий в электронной коммерции с использованием методологии CobiT и моделей Computing Curricula 2005 в настоящее время является достаточно актуальным направлением исследований.

Степень, в которой Интернет-технологии используются на предприятии, зависит от относительной зрелости Интернет-предприятия, его потребителей, использования Интернета в географической зоне рынка, характера продукции предприятия или его услуг и их относительной актуальности [5]. Бизнес-процессы предприятия электронной коммерции непосредственно зависят от ИТ [4, 6]. Для предприятий электронной коммерции информация и технологии, которые ее поддерживают, представляют собой наиболее значимые активы. Значимость, риск и контроль в настоящее время составляют суть корпоративного управления сферой информационных технологий.

Исходя из этого, процессы управления ИТ предприятий в электронной коммерции должны способствовать достижению целей этого предприятия на основе внедрения стандартов управления, измерения фактических результатов и проведения корректировок в том случае, если достигнутые результаты существенно отличаются от стандартов.

Наиболее распространенными международными практическими методологическими системами управления и безопасности информационных технологий в настоящее время являются: система стандартов ISO, а также библиотека инфраструктуры информационных технологий ITIL и стандарт CobiT.

Международный стандарт управления корпоративными информационными технологиями CobiT (Control Objectives for Information and Related Technology – цели контроля за информационными и смежными технологиями) разработан ISACA (Information System Audit and Control Association) — международной ассоциацией, объединяющей профессионалов в области ИТ-аудита, ИТ-консалтинга, управления ИТ-рисками и информационной безопасности. Он согласован в том числе с ITIL и ISO. Задача CobiT заключается в ликвидации разрыва между руководством компании с их видением бизнес-целей и ИТ-департаментом, осуществляющим поддержку информационной инфраструктуры, которая должна способствовать достижению этих целей.

COBIT 5 определяет 17 универсальных бизнес-целей. Достижение целей предприятия требует получения ряда ИТ-результатов, которые описываются ИТ-целями. Каждая цель предприятия поддерживается ИТ-целями. Ориентированный на процессы подход проиллюстрирован в CobiT с помощью эталонной модели процессов, которая разделяет все процессы руководства и

управления ИТ на предприятии на два процессных домена: «Руководство» и «Управление». Домен «Управление» состоит из четырех суб-доменов, соответствующих областям ответственности: планирование, построение, эксплуатация и мониторинг (Plan, Build, Run, Monitor (PBRM)).

Для электронной коммерции ISACA опубликовала стандарт S16 E-commerce. Стандарт S16 E-commerce содержит список основных, обязательных принципов и основных процедур, а также соответствующие рекомендации, касающиеся данной сферы.

С учетом стандартов S16, COBIT 5 и проведенного собственного анализа бизнес-процессов, бизнес-целей и факторов влияния предприятий электронной коммерции, предлагаем адаптированную эталонную модель, содержащую вместо 37 процессов руководства и управления 29 процессов. Модель также вписана в окружение, иллюстрирующее взаимосвязь параметров, бизнес-целей, ресурсов и внешней среды предприятия (см. рис. 1).

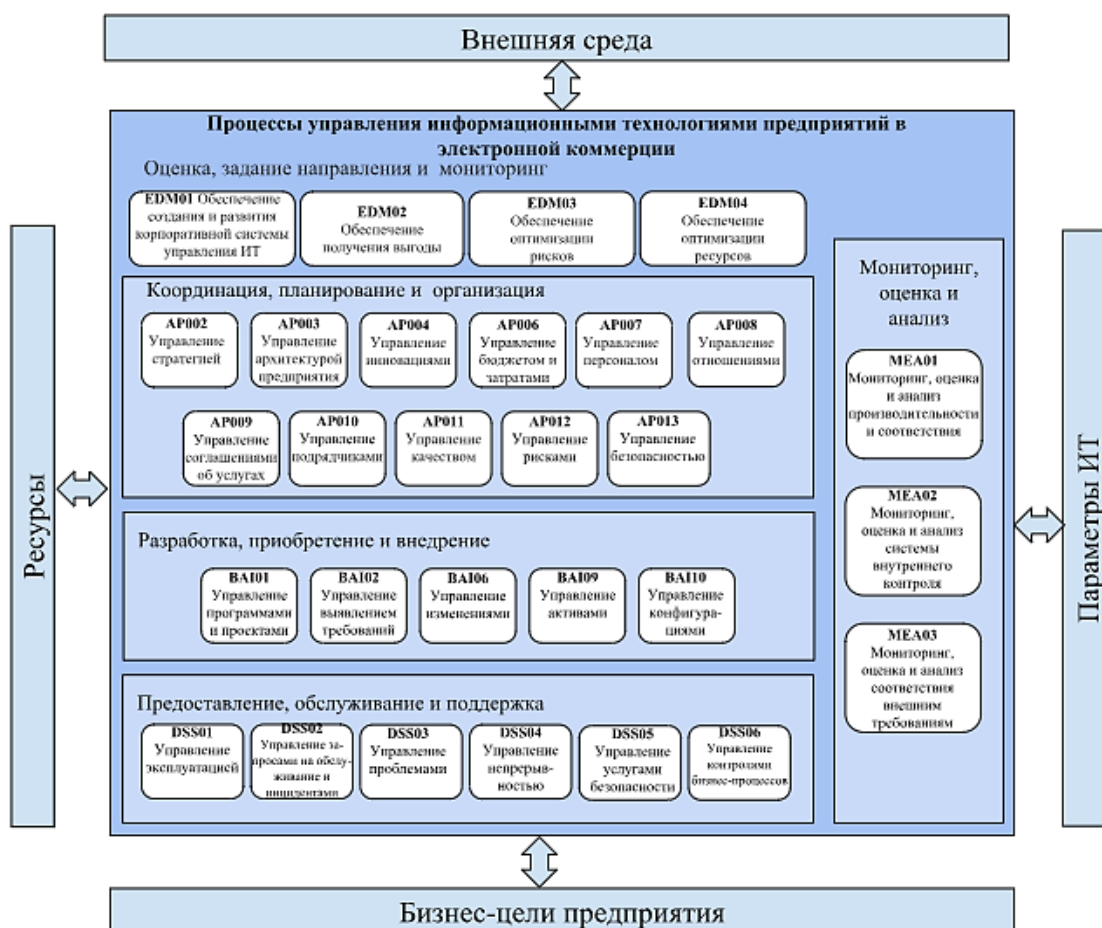


Рис. 1. Модель CobiT процессов управления информационными технологиями для предприятий электронной коммерции

Нами предлагается, на основе методики, приведенной в Computing Curricula 2005 (CC2005), собственная графическая интерпретация пространства тем и компетенций, которые должен охватывать цикл дисциплин по выбору для подготовки кадров инженерных и экономических специальностей в условиях цифровой экономики. Стандарт CC2005 ("Учебный план преподавания

информатики в университетах") разрабатывается Компьютерным содружеством Института инженеров электротехники и электроники (IEEE CS) и Ассоциацией вычислительной техники (ACM) [ 2].

При подготовке специалистов рассматриваемых направлений («Прикладная информатика», «Экономика») цикл дисциплин по выбору должен охватывать большую часть центрального и правого вертикального пространства, практически не занимая при этом нижний сегмент, поскольку специалисты этого направления используют аппаратное обеспечение в практической работе и не занимаются его разработкой в теоретической плоскости.

Предложенная модель находится в пространстве трех моделей по стандарту СС2005: модели информационных систем, модели информационных технологий и информатики (см. рис. 2).

Модель шире модели информационных систем, модели информационных технологий, и перекрывает модель информатики в основном в прикладной части.

Проблемы управления информационными технологиями являются профильными для экономистов и инженеров в цифровой экономике и решаются в соответствии с управленческой методологией Cobit. В связи с цифровизацией возникают новые управленческие аспекты реализации платежей, логистики, взаимодействия с покупателями в виртуальной среде.

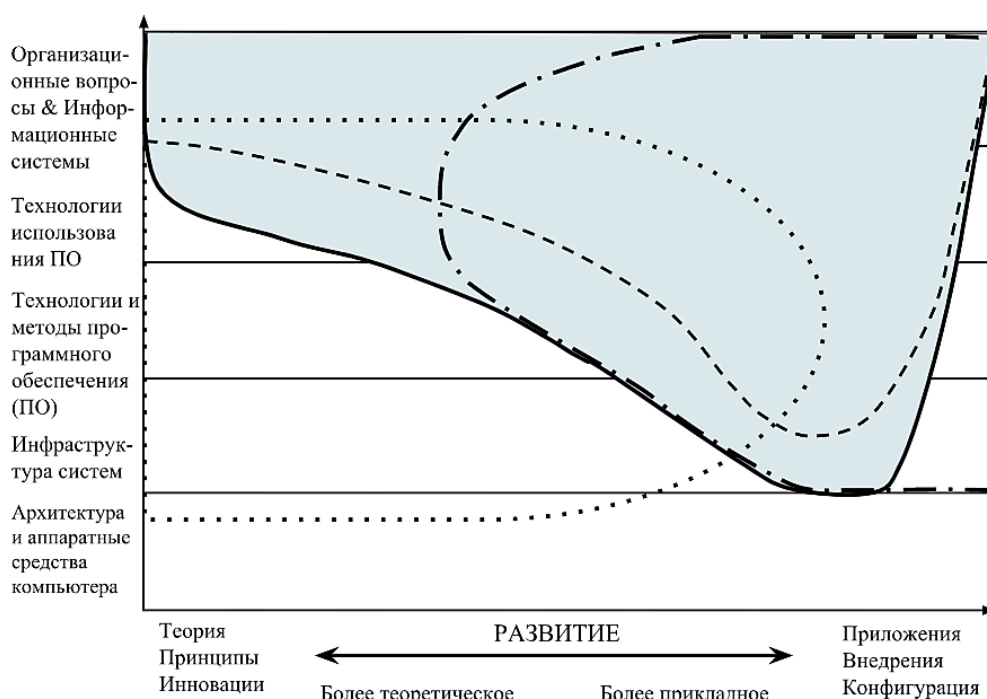


Рис. 2. Пространство тем и компетенций для подготовки кадров в условиях цифровой экономики

Развитие специалистов в этой области направлено на разработку приложений, их конфигурирование и внедрение в сферы цифровой экономики, и носит более прикладной характер.

Специалисты в цифровой экономике должны понимать и ставить задание, принимать и интерпретировать результат, самостоятельно использовать программное обеспечение и устройства, информационные системы [ 3].

Также они должны контролировать результаты работы информационных систем в своих организациях, могут руководить их внедрением, помогать предприятию избрать вычислительные продукты и услуги или очертить потребности организации в этой продукции, участвовать в развертывании и конфигурации системы и определении круга обязанностей пользователей.

**Выводы.** На основе анализа бизнес-процессов и бизнес-целей предприятий электронной коммерции, с учетом рекомендаций стандартов S16 и CobiT 5, адаптирована модель процессов управления ИТ предприятия, что позволило дать рекомендации для формирования цикла дисциплин по выбору при подготовке кадров по направлениям «Прикладная информатика» направлению «Экономика» в условиях цифровой экономики.

Рекомендации нашли отражение в предложенной графической модели (интерпретации) пространства CC2005 для подготовки кадров, способных осуществлять управление информационными технологиями предприятий, осуществляющих деятельность в условиях и с использованием ресурсов цифровой экономики.

#### Список использованных источников:

1. Е.А. Tishina, Е.У. Rezantseva, D.V. Reut, The concept of digital transformation of the society, In: 2017 Tenth International Conference Management of Large-Scale System Development (MLSD), pp. 1 - 5. Moscow, Russia, 2017. DOI: 10.1109/MLSD.2017.8109697
2. R. Shackelford, et al, Computing Curricula 2005. The Overview Report [Online]. Available: [www.acm.org/education/curric\\_vols/CC2005-March06Final.pdf](http://www.acm.org/education/curric_vols/CC2005-March06Final.pdf)
3. S.A. Petrenko, K.A. Makoveichuk, P.V. Chetyrbok, A.S. Petrenko, About readiness for digital economy, In: 2017 IEEE II International Conference on Control in Technical Systems (CTS), pp. 96 – 99, St. Petersburg, Russia, 2017. DOI: 10.1109/CTSUS.2017.8109498
4. Е.В. Миголь, Электронная торговая площадка: новое звено в цепочке создания ценности розничной торговли в интернет-пространстве, Креативная экономика, 2016, Том 10, № 10, с. 1139–1156. DOI: 10.18334/ce.10.10.36591.
5. С.Ю. Ревина, Тенденции и перспективы российской электронной коммерции, Вестник Российского университета дружбы народов, серия: Экономика, 2017, Том 25, №4, с. 487-497. DOI: <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2017-25-4-487-497>
6. Т.В. Панкина, А.Ф. Никишин, А.В. Бойкова, Привлечение и удержание покупателей в электронной торговле, Российское предпринимательство, 2018, Том 19, № 3, с. 683-696. DOI: 10.18334/rp.19.3.38826.

## **СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

На современном этапе развития общества невозможно обеспечить высокую конкурентоспособность любого предприятия, не используя эффективную инновационную политику, которая рассчитана на получение положительного результата и будущее развитие.

Вопросами стратегий инновационного развития предприятий занимаются многие зарубежные и отечественные менеджеры, такие как: В. Македон, В. Амитан, В. Федотова, Л. Шульгина, И. Гилица и многие другие.

На сегодняшний день существует несколько основных подходов к научному изучению и пониманию феномена «стратегии инновационного развития» организации:

1. Стратегия инновационного развития понимается как результат объединения теоретических наработок в сфере инновационного и стратегического менеджмента (А. А. Трифилова, Г. Я. Гольдштейн);

2. Стратегия инновационного развития интерпретируется как средство минимизации инновационных рисков (Н. И. Лапин, Л. Ф. Медведева);

3. Стратегии инновационного развития репрезентируются как форма комплексного долгосрочного планирования инновационной деятельности (С.Д. Ильенкова, Л.В. Шаборкина);

4. Стратегия инновационного развития определяется как элемент инновационной деятельности и атрибут ее результативности и эффективности (С.А. Попов).

Каждый из указанных подходов характеризует определенный аспект инновационной стратегии, подчеркивая ее наиболее существенные черты и особенности [4].

Целью работы является изучение стратегии инновационного развития предприятия и выделение ее основных принципов для практического внедрения подхода.

Характерный экономико-организационный механизм инновационной деятельности крупного предприятия приемлем для административно-командной системы, когда жизненный цикл инновации достаточно продолжительный. Настоящим же требованиям инновационного развития средних предприятий, а также поддержание конкурентоспособности на рынке упомянутый механизм не отвечает. Тем не менее, этот механизм может существовать и сейчас, но в симбиозе с творческим потенциалом сотрудников, который должен учитываться в инновационном и производственном процессах руководством предприятия. При принятии во внимание творческих идей работников, увеличивается его заинтересованность в повышении уровня своего

предприятия [1].

Таблица 1.1 Принципы инновационного развития предприятия, [1]

Принцип	Сущность принципа
Принцип повышения стоимости интеллектуального капитала	Интеллектуальный капитал является основой конкурентоспособности экономики не только предприятия, но и экономики страны в целом. Для увеличения данного показателя необходимо повышать уровень образованности сотрудников не периодически, а постоянно, проводить тренинги, курсы переквалификации и др.
Принцип инновационной тотальности	На индустриальном этапе развития экономики в инновационном процессе принимали участие только специальные отделы предприятия и только отдельные сотрудники. Сейчас же, на постиндустриальном этапе развития необходимо привлекать как можно больше работников к инновационному процессу производства, а в лучшем случае – всех сотрудников предприятия.
Принцип инновационной открытости	Данный принцип основывается на учете не только инновационных идей сотрудников предприятия, но и людей «извне», т.к. наблюдая ситуацию предприятия «со стороны» может увидеть факторы и обстоятельства лучше, чем это сделает «свой» человек.
Принцип постоянного мониторинга и сохранения инновационных предложений сотрудников	Этот принцип основан на анализе всех инновационных идей, которые поступили предприятию, прохождение ими специальной экспертизы на полезность и внедрение их в производство. Все идеи, не зависимо от того, какое было решение о их полезности, хранятся на предприятии и могут пройти повторную экспертизу, что может привести данную идею в действие через некоторое время.
Принцип адекватности материального стимулирования	Если идея инноватора принята в использование, то предприятие должно выплатить ему материальное вознаграждение в соответствии и полезностью идеи для предприятия.
Принцип стимулирования инновационной деятельности	Текущий принцип основан на создании системы материального стимулирования инноваторов. Этот механизм должен быть направлен на получение наилучших инновационных результатов и стимул к дальнейшему развитию инноваций.

Принцип	Сущность принципа
Принцип инновационной элитарности	При развитии инновационных идей на любом предприятии складывается группа лучших инноваторов. Эта группа – одно из важнейших конкурентных преимуществ. Потеря любого инноватора из группы ведет к снижению конкурентоспособности предприятия, поэтому для деятельности данного объединения необходимо создать комфортные условия, создать привилегии. Данная группа должна быть открыта, то есть любой сотрудник производства может присоединиться к ней.

Нужно отметить, что лишь совместное выполнение перечисленных принципов приведет к положительным результатам, повысит конкурентоспособность предприятия.

Содержание инновационной стратегии обуславливается ее характером, особенностями инновационной деятельности организации и взаимосвязями между основными элементами единой организационной стратегии.

Формирование инновационной стратегии организации предусматривает выбор и обоснование направлений инновационной деятельности, объема и структуры инновационных проектов, сроков их выполнения, оценку состояния организационных структур управления нововведениями. Любая стратегия должна ориентироваться на выявление возможностей диверсификации результатов деятельности организации [3].

Внедрение стратегии инновационного развития содержит определенный риск, который для одного предприятия может быть приемлемым, а для другого недопустимым. Принятие решения – это всегда поиск компромисса между приемлемым и допустимым.

Данная стратегия вырабатывает совокупность задач и способов для технических и организационных операций по поиску и внедрению инноваций, которые направлены на обеспечение высокой конкурентоспособности предприятия.

Предпосылками успешности инновационной стратегии служат конкретные условия, в которых она разрабатывается и реализуется, состояние научно-исследовательского сектора, производственных процессов, маркетинга, инвестиционной деятельности, стратегического планирования и их взаимосвязь как основных производственных элементов, общая стратегия организации, организационная структура управления [2].

Список использованных источников:

1. Галица, И.А. Основы стратегии инновационного развития предприятия [Текст] / И.А. Галица // Менеджер по персоналу. Проблемы подготовки специалистов для IT индустрии. – 2014. – №6. – С. 14-20.

2. Богма, Е.С. Стратегия инновационного развития предприятия. [Текст] / Е.С. Богма // Научный результат. – 2016. – Т.2, №2. – С. 23-27.

3. Кезинова, Н.С. Эффективные формы управления инновационной деятельностью предприятия [Текст] / Н.С. Кузина // Креативная экономика. – 2016. – Т.4, №12. – С. 87-90.

4. Савотеева, Д.В. Стратегии инновационного развития: понятие, сущность и классификация [Текст] / Д.В. Савотеева // Философия и социальные науки. – 2013. – №1. – С. 21-25.

Павлова М.В., аспирант  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях хозяйствования у большинства предприятий возникают проблемы с финансовым обеспечением деятельности предприятия, так как в условиях нестабильности очень сложно одновременно финансировать все необходимые направления деятельности и проекты, способствующие достижению поставленных целей и обеспечивать удовлетворение интересов владельцев, руководства и сотрудников предприятия.

Данную проблему призван решить функционирующий на предприятии финансовый механизм, который рассматривается как элемент общехозяйственного механизма предприятия, как некоторая целостность финансовых инструментов, стимулов, форм, средств, рычагов, способов, а также обеспечения (правового, нормативного, информационного, технологического и др.) регулирования экономических процессов и отношений.

Вопросам формирования и функционирования эффективного финансового механизма посвящены работы многих зарубежных и отечественных авторов, которые отмечают его главенствующую роль как элемента общехозяйственного механизма предприятия; определяют финансовый механизм как инструмент осуществления финансовой политики любого хозяйствующего субъекта в современной экономике; рассматривают условия его организации с точки зрения системного подхода, направленного на разумное сочетание труда, а также средств производства, соблюдения требований объективных экономических законов; также широко рассматриваются проблемы неэффективности и направления совершенствования финансового механизма.

Целью функционирования финансового механизма выступает формирование и организация финансовых отношений, обеспечивающих благоприятные условия стимулирования экономического и социального развития отдельно взятого предприятия, следовательно, и экономики страны в конечном итоге.

К задачам, которые решает финансовый механизм, следует отнести:

- формирование и эффективное распределение ресурсов, регулирование финансовых отношений, обеспечение устойчивости и достаточности финансовых ресурсов для успешного функционирования предприятия;
- обеспечение гибкости и адаптивности финансовой политики предприятия;
- поддержку системы планирования предприятия;
- содействие получению максимальной прибыли при минимальных затратах предприятия;
- стимулирование развития предприятия;
- обеспечение эффективного взаимодействия предприятия с различными государственными органами.

Финансовый механизм предприятия с точки зрения системного подхода включает с себя две подсистемы: управляющую и управляемую. Управляющая подсистема (субъект управления) представляет собой финансовую службу предприятия и ее структурные подразделения. Управляемая подсистема (объект управления) представляет собой совокупность финансовых отношений, источников финансирования, непосредственно финансов (собственных и заемных), системы денежного обращения предприятия.

Структура финансового механизма отражает его финансовые инструменты, приемы и методы, рычаги влияния, средства, а также системы информационного, правового, нормативного, программного, кадрового, технического и технологического обеспечения его реализации.

Реализация финансового механизма на предприятии происходит посредством управленческих функций, среди которых следует выделить: организацию, планирование, прогнозирование, учет, анализ, мотивацию, координацию, контроль и регулирование.

Таким образом, следует отметить, что финансовый механизм оказывает влияние не только на экономическую, но и на социальную составляющую деятельности предприятия и играет важную роль в процессе обеспечения достижения целей предприятия. Сущность финансового механизма, его структура и содержание, являются понятиями динамическими, так как находятся под воздействием постоянно трансформирующихся факторов внешней и внутренней среды. Финансовый механизм целесообразно рассматривать как совокупность финансовых инструментов, стимулов, форм, средств, рычагов, способов, а также обеспечения регулирования экономических процессов и отношений; способствующих обеспечению эффективности финансовой политики предприятия, целей и задач деятельности предприятия в целом.

Список использованных источников:

1. Лукасевич, И.Я. Основные понятия и сущность финансового менеджмента / И.Я. Лукасевич. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.toptrening.ru/articles/1173/>

2. Стыров М.М. Финансовые ресурсы промышленных предприятий: теория, анализа, управления [Текст] / М.М. Стыров; отв. ред. Ю.А. Гаджиев. – М. – Берлин: Директ-Медиа, 2015. –163 с.

3. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для СПО [Текст] / под. ред. Л.А. Чалдаевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Юрайт», 2016. – 542 с.

4. Фридман А.М. Финансы организации (предприятия): Учебник [Текст] / А.М. Фридман. –2-е изд. – М.: Издательско-тоговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 488 с.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Бадаева В.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

На сегодняшний день для нормального функционирования предприятия необходима такая функция управления как финансовое планирование. Данная проблема остается актуальной и сегодня, поскольку только от правильного финансового планирования зависит эффективность работы предприятия.

Процесс планирования начал свою историю с 19 века. На тот момент основными методами планирования были экспертные оценки и простая экстраполяция. В развитых государствах планирования играет важную роль и имеет свои характерные особенности. Данный процесс способствует эффективно осуществлять управленческую деятельность.

Планирование – это процесс созданием комплекса мероприятий для последовательности достижение цели предприятия [1]. Цель планирования в облегчении достижения цели предприятия.

Преимущества планирования следующие: планирование разграничивает обязательства между структурными подразделениями; правильное планирование содержит необходимую информацию для руководства; правильно и рационально распределяет ресурсы предприятия; по итогам планирования выясняются большинство проблем.

Основное направление планирования на предприятии является финансовое планирование. Финансовое планирование – это процесс разработки системы финансовых планов и плановых показателей по обеспечению развития предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и повышению эффективности его финансовой деятельности в предстоящем периоде. Финансовое планирование касающиеся обширного участка финансовых отношений, которые образуются между предприятиями и иными хозяйствующими субъектами [1].

Финансовое планирование показывает порядок мер по достижению обязательного уровня дохода и эффективного назначения денежных потоков необходимых для осуществления всех целей предприятия.

Планирование финансовых показателей выполняется путем применения

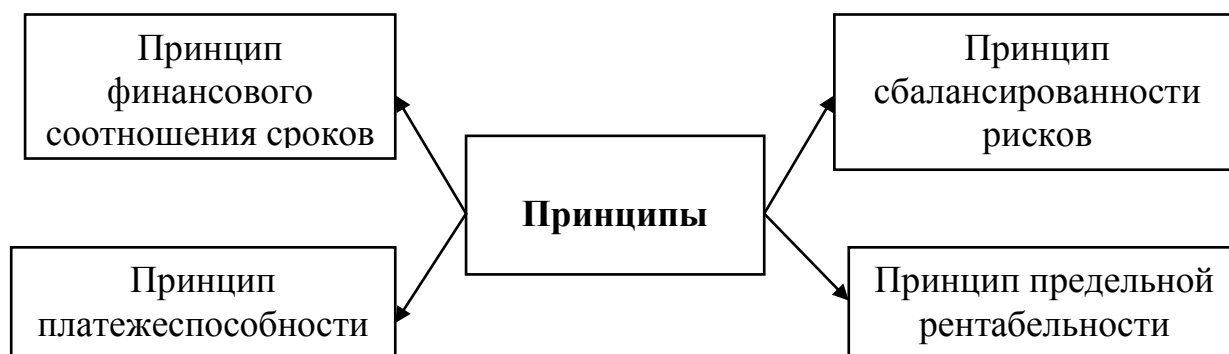
методов планирования. Методы планирования – это определенные способы и приемы плановых расчетов. К данным методам относят:

- 1) расчетно-аналитический;
- 2) нормативный;
- 3) балансовый;
- 4) оптимизации плановых решений;
- 5) экономико-математическое моделирование [2].

Необходимые условия финансового планирования представлены на рис:



Следует отметить принципы финансового планирования, они представлены на рис.:



Окончанием производственно-хозяйственного планирования деятельности предприятия является финансовый план. Финансовый план – это общий плановый документ, показывающий доходы и расходы денежных средств на текущий и долгосрочный периоды. Также такой план рассчитан на создание операционных и капитальных бюджетов, прогноз финансовых ресурсов [3].

Финансовое планирования осуществляется в четыре этапа:

- 1) анализ финансового состояния предприятия;

- 2) планирования доходов;
- 3) планирование расходов;
- 4) диагностика финансового плана [3].

Но на практике использования финансового планирования может позволить себе только крупные предприятия, так как они располагают большим объемом денежных средств для привлечения квалифицированных работников по созданию такого планирования. А более мелкие фирмы зависят от заемных средств.

С помощью финансового планирования возможно:

увеличить прозрачность финансово-экономической деятельности предприятия;

увеличить проверки за целенаправленным использованием ресурсов;

определить резервы роста капитала, рентабельности и прибыльности предприятия;

отражение полученных финансов (собственных и привлеченных), а также направление их использования;

определить наличие дефицита средств в будущем;

уменьшить непредвиденные потери средств.

Таким образом, в существующих условиях предприятию следует применять финансовое планирование. Поскольку грамотное планирование залог успешного ведения бизнеса. Процесс планирования поможет эффективно использовать ресурсы предприятия.

Список использованных источников:

1. Финансовое планирование и бюджетирование на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1581/>
2. Журнал «Финансовый менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finman.ru/articles/2008/5/5382.html>
3. Золотарев С.Н. Принципы финансового планирования // Финансы. – 2008. – № 3. – С. 75-76.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Мартиросян Л.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА**

На сегодняшний день мотивация сотрудников предприятия является важной проблемой многих исследований в сфере экономики. Постепенно возрастает роль мотивации в общей стратегии развития предприятия, поскольку она влияет на эффективность деятельности и результаты предприятия. Поэтому менеджеры исследуют и применяют индивидуальные методы стимулирования персонала. Рассматривая понятие «мотивация», установлено, что это процесс,

связанный с подталкиванием себя и других к определенной работе для реализации поставленных целей предприятия.

В любой организации мотивы содержат в себе все стороны поведения работника, и могут влиять на работу персонала с экономической и неэкономической стороны. Так, экономические мотивы направлены на получение материальных выгод персоналом за проделанную работу. Неэкономические мотивы направлены на повышение профессиональных качеств, реализация идей, признание заслуг сотрудников [1].

На данный момент системы мотиваций не имеют общей группировки, что препятствует применению методов и технологий мотивов в работе предприятия. Поэтому для каждого предприятия необходимо разрабатывать индивидуальные методики воздействия на персонал и его работу [2].

Создание системы мотивации дает возможность вовлечь персонал в процесс управления коллективом, при этом следует учитывать интересы обеих сторон – руководителей и подчиненных. Целью создания системы мотивации является экономическая эффективность и достижение финансовых результатов предприятия (рис. 1) [2].

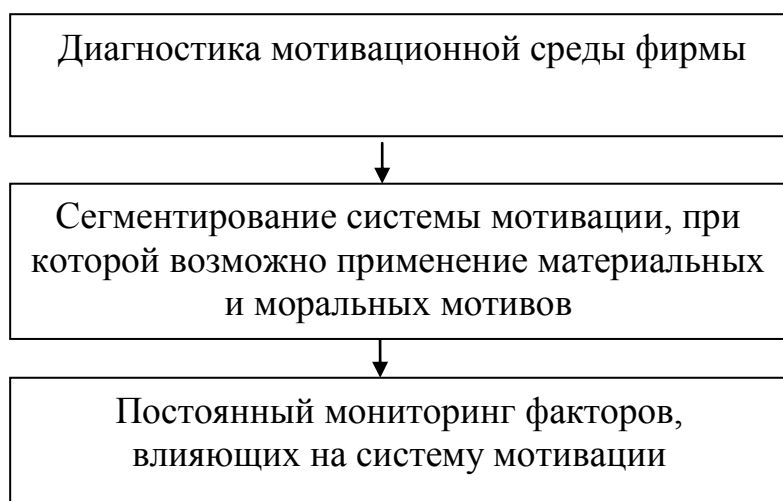


Рис. 1. – Алгоритм создания системы мотивации на предприятии

Существуют принципы эффективной мотивации сотрудников:

- Результаты мотивации эффективны при признании управляющим вклада своих сотрудников;
- неожиданные, непредсказуемые и нерегулярные вознаграждения мотивируют лучше, чем ожидаемые поощрения;
- положительное подкрепление эффективнее отрицательного;
- поощрение должно быть применимо сразу же после выполненной работы, не оставаясь в виде обещаний;
- сотрудников следует стимулировать даже по промежуточным достижениям [3].

Также в теории мотивации выделяют два типа стимулов: типовый и индивидуальный. К первому типу относят: сохранность рабочего места,

предоставление отгулов, карьерный рост, повышение квалификации персонала и т.д. Индивидуальный тип не имеет стандартного пакета стимулов, поэтому он направлен на каждого отдельного сотрудника на предприятии.

В настоящее время наиболее результативными методами являются:

- использования метода взыскания или наказания. Данным методом руководитель убережет своего сотрудника от его последующих неправильных действий;
- выплата дополнительных средств за результативно проделанную работу;
- введение дополнительных денежных средств для стимулирования здорового образа жизни;
- индивидуальное стимулирование за личные качества и умения, которые потребовались предприятию в данный момент;
- введение социальной политики предприятия для повышения жизни сотрудников;
- усовершенствование системы организации управления.

Таким образом, методы стимулирования персонала должны быть построены так, чтобы сотрудники предприятия были заинтересованы в своей работе. Применение разнообразных систем мотивации позволяет руководителю создать индивидуальную мотивационную систему для рабочего коллектива, которая повлияет на рост экономического развития предприятия и достижения поставленных целей.

Список использованных источников:

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы: учеб. пособие / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2011. – 508 с.
2. Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г. Управление мотивацией персонала / [Текст]: учебник / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. – М., 2009. – 494 с.
3. Библиографическая ссылка: проблемы мотивации и стимулирования персонала. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/science/ii/27234>.

## **СЕКЦИЯ 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Кравцова Е.М., к.э.н., доц.,  
Береговая Т.И.  
ГОУ ВПО «ДонНТУ», Донецк

### **ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ПРИ СТАНОВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ВНЕШНЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ (ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА) В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**Актуальность.** В экономической системе любого государства важное место занимает внешний государственный финансовый контроль (государственный аудит). Это обусловлено тем, что повышение эффективности использования государственных ресурсов и осуществления бюджетных расходов является одним из приоритетных направлений государственной бюджетной политики. В период становления государственной системы особенно важно наличие внешнего финансового контроля и регулирования. По нашему мнению, при формировании собственной системы государственного аудита следует опираться на международный опыт и отбирать наиболее целесообразные решения для внедрения в национальную систему, что в Донецкой Народной Республике приобретает особую актуальность.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованием вопросов зарубежного опыта государственного финансового контроля занимается ряд ученых, среди которых: Синюгина Н.В. [1], Лукашов А.И. [2], Мягкий М.Г. [3] и другие. Как показывает анализ работ, на сегодня научный потенциал по данному вопросу остается значимым, но до конца не решенными остаются проблемы адаптации обобщенного зарубежного опыта в национальных экономиках.

**Постановка задачи.** Цель данного исследования заключается в систематизации зарубежного опыта финансового контроля для дальнейшего его применения в условиях Донецкой Народной Республики.

В рамках поставленной цели считаем необходимым решить следующие задачи: рассмотреть принципы осуществления государственного финансового контроля в зарубежных странах, систематизировать выявленные особенности и предложить пути адаптации зарубежного опыта финансового контроля к национальным условиям.

**Изложение основного материала.** В большинстве стран постоянно действующим высшим органом внешнего государственного аудита (контроля) является Счетная Палата (Счетный Комитет). Выделяют две основные формы финансового контроля: предварительную и последующую.

Что касается модели государственного внутреннего контроля, то в некоторых странах существует практика перенаправления руководителями

ответственности за деятельность и достижения цели возглавляемых ими органов только на должностных лиц, которые осуществляют внутренний контроль, что не корректно и не справедливо [2].

Основной составляющей функционирования модели внутреннего финансового контроля стран Европы является общая ответственность руководителей органов государственного сектора перед парламентом и общественностью за состояние финансового контроля. Это говорит о том, что в системе внутреннего контроля должны быть задействованы бухгалтерские, плановые, юридические и прочие подразделения государственного субъекта хозяйствования.

Некоторые государства характеризуются работой специальных органов, которые контролируют работу государственного аппарата. К примеру, в Японии осуществляет деятельность Управление административного контроля при канцелярии Премьер-министра, которое подготавливает предложения по совершенствованию системы и структуры государственного управления, занимается укреплением служебной дисциплины государственных чиновников, осуществляет борьбу с коррупцией, бюрократизмом, анализирует проблемы отдельных слоев населения, для решения которых требуется взаимодействие нескольких ведомств. Главное контрольное управление Конгресса США контролирует осуществление различных государственных программ в области развития, а именно охватывает такие направления, как: наука и техника, энергетика, освоение космоса. При этом проверяется законность, целесообразность и эффективность осуществленных расходов [1].

Также во многих странах наблюдается применение подхода, заключающегося в том, что Министерство финансов не только играет ключевую роль в разработке проекта бюджета и распределении средств среди отраслевых министерств, но также имеет полномочия непосредственно вмешиваться в стадии предварительного контроля.

Так, в Португалии осуществляет работу Генеральная финансовая инспекция, которая подчиняется министру финансов и несет ответственность за финансовый контроль всех бюджетных расходов по факту их выполнения. Кроме Генеральной финансовой инспекции, отраслевые министерства имеют свои собственные контролируемые подразделения [3].

В Румынии выделяют несколько разновидностей контроля: парламентский, правительственный и ведомственный. Счетная Палата Румынии является независимым органом, подчиненным и подотчетным только парламенту. Система считается результативной, но достаточно сложной в вопросе взаимодействия.

Во Франции Счетная Палата контролирует финансовую деятельность администраций, осуществляет контрольные мероприятия в различных учреждениях сферы социального обеспечения. В отдельных случаях может производиться контроль частных лиц, в случаи получения ими государственной помощи [1].

Важно учесть, что в большинстве стран в системе контроля не в полной

мере используется общественный контроль, что в свою очередь не позволяет обеспечить надлежащий уровень независимости.

В зарубежных рекомендациях подчеркивается, что любая система контроля, в том числе и финансового, должна быть объективной и независимой.

Интересным является тот факт, что в странах с финансовой дисциплиной высокого уровня практически не осуществляется контроль в форме инспектирования (последующий контроль), так как все методы направлены на предупреждение нарушений, а не их выявление.

В ходе анализа международной практики выявлены такие требующие внимания особенности государственного финансового контроля:

1. Ответственность за соблюдение законодательства несет исключительно руководитель хозяйствующего субъекта.

2. Контрольные мероприятия носят рекомендательный характер и не имеют фискальной направленности.

3. Контрольные мероприятия направлены на предупреждение, а не на фиксацию осуществленных нарушений.

4. Внутренний контроль выступает объектом внешнего контроля и несет ответственность за финансовую дисциплину хозяйствующего субъекта.

Все перечисленные особенности могут быть адаптированы к условиям ДНР. Итак, внешним субъектом контроля деятельности в сфере государственных финансов должна быть Счетная Палата. При этом ее полномочия целесообразно расширить и обеспечить их распространение на процесс обслуживания бюджетов всех уровней. При этом действия Счетной Палаты должны быть направлены на проверку системы внутреннего финансового контроля, а не на все первичные операции. Далее – существует необходимость разработки единого законодательного акта, регулирующего вопросы внутреннего финансового контроля с учетом определенных требований, согласованных с мировой практикой и с текущим состоянием экономики, который должен содержать:

- четко оформленные требования к системе финансового контроля;
- программу обязательной подготовки и переподготовки специалистов;
- полномочия Счетной Палаты ДНР;
- порядок ответственности руководителей за правонарушения;
- формы обязательных рабочих документов контролеров;
- и др.

**Выводы.** В Донецкой Народной Республике возникла объективная необходимость создания системы внешнего государственного финансового контроля (государственного аудита), направленной на проверку систем внутреннего финансового контроля за достоверностью учета, эффективным использованием всех государственных ресурсов. То есть объектами государственного аудита станут организации и учреждения, которые в своей деятельности используют государственные ресурсы. Предложенные направления формирования системы внешнего государственного контроля в

ДНР способны в совокупности приблизить ее к международными требованиями. Исходя из зарубежного опыта, к первоочередным мероприятиям в этой сфере следует отнести разработку единого законодательного акта и создание единого органа финансового контроля в качестве комплексного структурированного контрольного органа.

Список использованных источников:

1. Синюгина, Н.В. Зарубежный опыт и адаптация внутреннего финансового контроля к национальной среде Украины / Н.В. Синюгина // Наука й економіка. – 2013. – №4(32). – С. 97-103.

2. Лукашов, А.И. Развитие внутреннего государственного финансового контроля в секторе государственного управления / А.И. Лукашов // Вестник финансового университета. – 2014. – №2. – С. 24-29.

3. Мягкий, М.Г. Міжнародний досвід функціонування системи державного фінансового контролю / М.Г. Мягкий // Управління розвитком. – 2013. – №3. – С. 77 – 80.

Кравцова Е.М., к.э.н., доц.,  
Бойчевская А.Ю.  
ГОУ ВПО «ДонНТУ», Донецк

## L'APPLICATION DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL

**Annotation:** Dans l'article on examine la signification de la comptabilité comptable (financière) dans la gestion des ressources financières. On donne l'aperçu des paramètres financiers comptés à la base de la comptabilité financière de la compagnie Danone et utilisés pour la gestion de l'entreprise.

**Аннотация:** В статье рассматривается значение бухгалтерского (финансового) учета в управлении денежными ресурсами. Дается общий обзор финансовых параметров, рассчитанных на основе финансового учета компании Danone и использованных для управления предприятием.

**Les mots-clés:** La comptabilité comptable (financière) / la gestion de l'entreprise / l'analyse financière / les paramètres financiers / les ressources financières.

**Ключевые слова:** бухгалтерская (финансовая) отчетность / управление предприятием / финансовый анализ / финансовые показатели / финансовые ресурсы.

**L'analyse des dernières publications.** Par l'étude des questions de comptabilité financière s'occupent: Karine Cerrada, Yves De Rongè, Michel De Wolf, Michel Gatz [1], O.V.Efimova [3]. Ils affirment que la gestion est construite sur les données de l'analyse de l'activité, qui, à son tour, est passé à la base des données de la comptabilité comptable (financière).

La comptabilité générale (general accounting) ou financière (financial accounting), a pour rôle de produire des informations à l'intention des différents

partenaires économiques et sociaux de l'entreprise (actionnaires, banques, État, salariés, fournisseurs, clients, etc.) et, plus spécifiquement, à l'intention de ceux qui lui apportent des ressources financières, d'où son autre qualificatif de plus en plus utilisé de financière. Ces informations sont incorporées dans divers états ou documents dits de synthèse qui, ensemble, livrent ce qu'il est convenu d'appeler un modèle ou une représentation de l'entreprise. Ces documents sont susceptibles d'aider leurs destinataires à porter un jugement sur la situation et les performances de l'entreprise et à prendre leurs décisions par rapport à elle. Parmi les décisions majeures prises grâce à la comptabilité financière, il y a la décision d'affectation du bénéfice que prennent les associés d'une société, ce bénéfice que révèle le compte de résultat.

La comptabilité financière présente toutefois certaines limites :

- elle ne donne qu'un résultat global.

Aucun renseignement n'est donné sur le résultat réalisé par chaque produit.

- Elle n'enregistre que les flux externes.

Les flux internes sont exclus. Ainsi, la comptabilité financière détermine un résultat pour l'ensemble de l'activité sur un exercice comptable ; il est alors impossible de mesurer la contribution de chaque produit à ce résultat.

- Les charges et les produits sont classés par nature.

Cela signifie qu'on ne peut pas les affecter directement. La comptabilité financière ne permet donc pas de connaître directement le coût des produits, des services, la marge dégagée par un produit, le résultat dégagé par l'une des activités de l'entreprise.

Pour l'exemple on examine le rapport annuel financier de la compagnie Danone.

Danone est une multinationale alimentaire française qui a été fondée à Barcelone, en Espagne et dont le siège social est à Paris.

Au fil des années, l'entreprise se décline autour de quatre pôles : produits laitiers frais, eaux en bouteille, nutrition médicale et nutrition infantile. Présente sur plus de 120 marchés, en 2017 ses ventes se sont élevées à €24,68 milliards (\$30,80 milliards), avec plus de la moitié dans des pays émergents, faisant d'elle la 5e entreprise agroalimentaire du monde. Le groupe emploie 100 000 collaborateurs à travers le monde, et compte plus de 180 sites de production. En 2017, les produits laitiers frais essentiels et les produits à base de plantes représentaient 52% des ventes totales du groupe ; la nutrition spécialisée, 29% ; les eaux, 19% et la nutrition médicale, 7%. Danone devient alors la 2e plus grande entreprise de transformation de produits laitiers au niveau mondial, et la première française, en chiffre d'affaires, derrière Nestlé.

Dans le rapport financier de la compagnie à 2017 nous pouvons trouver l'information financière clé en trois ans.

(f) En millions d'euros. (g) Indicateur non défini par les normes IFRS, voir définition au paragraphe 3.6 Indicateurs financiers non définis par les normes IFRS.

(h) En euros par action. [2]

Le tableau 1 – L'information financière clé

INFORMATIONS FINANCIÈRES CLÉS	2015	2016	2017
Chiffre d'affaires (f)	22 412	21 944	24 677
Croissance en données comparables New Danone(g)	-	-	+2,5 %
Résultat opérationnel courant (f)	2892	3022	3543
Croissance en données comparables New Danone(g)	-	-	+7,8%
Marge opérationnelle courante(g)	12,91%	13,77%	14,36%
Croissance en données comparables New Danone(g)	-	-	+70 pb
Résultat d'exploitation (f)	2210	2923	3734
Marge opérationnelle (f)	9,86%	13,32%	15,13%
Résultat net courant - part du Groupe (f) (g)	1791	1911	2190
Résultat net – part du Groupe (f)	1282	1720	2453
BNPA courant(g) (h)	2,93	3,10	3,49
BNPA (h)	2,10	2,79	3,91
Free cash flow (f) (g)	1468	1760	2083
Trésorerie provenant de l'exploitation (f)	2369	2652	2958

À la date du présent Document de Référence, Danone estime que les flux de trésorerie générés par ses activités opérationnelles, sa trésorerie ainsi que les fonds disponibles via des lignes de crédit confirmées gérées au niveau de la Société seront suffisants pour couvrir les dépenses et investissements nécessaires à son exploitation, le service de sa dette (incluant le financement de l'exercice de toutes options de vente accordées aux détenteurs d'intérêts ne conférant pas le contrôle) et la distribution de dividendes. Le free cash flow s'est établi à 2 083 millions d'euros, en croissance de +18,4 % par rapport à 2016, soutenu par la progression du résultat opérationnel courant, une discipline stricte dans les investissements industriels et un contrôle rigoureux du besoin en fonds de roulement. Ce montant inclut par ailleurs les dommages et intérêts perçus dans l'affaire Fonterra à hauteur de 105 millions d'euros. Cette trésorerie contribuera principalement au désendettement de l'entreprise et financera l'agenda de croissance de Danone. Les investissements industriels pour 2017 s'élèvent à 969 millions d'euros, soit 3,9 % du chiffre d'affaires.

Les statuts, procès-verbaux des Assemblées Générales, rapports des Commissaires aux comptes et autres documents sociaux peuvent être consultés au siège social de la Société. En outre, les informations financières historiques et certaines informations sur l'organisation et les activités de la Société et ses filiales sont disponibles sur le site Internet de Danone dans la rubrique relative aux informations réglementées. [2]

En 2017, Danone a démontré une fois encore la force de son portefeuille, la solidité de son modèle ainsi que sa bonne capacité d'exécution. Malgré un contexte volatil dans le secteur alimentaire et une hausse du coût des matières premières, on a réalisé une très forte performance, avec une croissance à deux chiffres du bénéfice net par action courant, en ligne avec objectif annuel. Danone a terminé l'année avec une croissance de notre chiffre d'affaires en accélération, supérieure à la moyenne du

сектор, а также что высокая улучшение маржи и свободный денежный поток выше 2 миллиардов евро.

В действительности, информация финансовая позволяет владельцу лучше узнать свою компанию. Она позволяет потенциальному покупателю почувствовать уверенность в наличии информации, которая позволяет ему выстроить потенциальную стратегию бизнеса.

Список литературы:

1. Бухгалтерия и анализ финансовых состояний [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.decitre.fr/media/pdf/feuillestage/9/7/8/2/8/0/4/1/9782804188948.pdf>
2. Danone-Document de Reference 2017 [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.danone.com/content/dam/danonecorp/publications/publicationsfr/2018%2004%2012%20Danone-Document\\_de\\_Reference\\_2017.pdf](https://www.danone.com/content/dam/danonecorp/publications/publicationsfr/2018%2004%2012%20Danone-Document_de_Reference_2017.pdf)
3. Анализ финансовой отчетности: Учеб. пособие / О.В. Ефимова [и др.]. – М.: Омега-Л, 2013. – 388 с.

Кравцова Е.М., к.э.н., доц.,  
Борецкая К.Е.  
ГОУ ВПО «ДонНТУ», Донецк

## **ФИНАНСОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ АКЦИОНЕРНОЙ КОМПАНИИ «АПРОСА» (ПАО)**

**Актуальность.** Финансовые инвестиции – это категория активов, которая используется не так давно. Под финансовыми инвестициями понимаются активы, которые организация содержит с целью увеличения прибыли в виде полученных дивидендов по акциям, процентов по облигациям, роялти и др., в виде увеличения стоимости собственного капитала, а также иных выгод [1]. Финансовые вложения – это инвестиции в уставный капитал других обществ, ценные бумаги и их производные; капитализированные затраты на приобретение государственных и муниципальных облигаций; средства, предоставленные в виде займа (ссуды); вклады на депозитных счетах в банках; дебиторская задолженность, которая приобретена по договору уступки права требования. Многие компании приобретают финансовые инвестиции, что вызывает определенный интерес для исследования.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы использования финансовых инвестиций крупными компаниями рассматривались в трудах Е.В. Семенковой [2], Р.С. Губанова [3], Л.А. Леоновой [4], А.В. Курасова [5] и др. По мнению Е.В. Семенковой, инвестиционную привлекательность финансовых вложений в инструменты российского фондового рынка определяют: динамика макроэкономических показателей, дивидендная доходность, корпоративное управление, инфраструктура финансового рынка. Вместе с тем слабая работа инвестиционного механизма приводит к тому, что на фондовых рынках преобладают спекулятивные операции [2]. В российских компаниях

превалирует формальный подход к формированию дивидендной политики [2, 3]. Отсутствие развитого рынка ценных бумаг прямо влияет на несоблюдение правил и принципов учетной политики в отношении финансовых инвестиций [4]. А.В. Курасов полагает, что для российских предприятий вложения на зарубежных фондовых рынках являются доступной альтернативой внутренним вложениям [5]. Разноплановость проблем, связанных с использованием финансовых инвестиций российскими компаниями, побуждает рассмотреть этот вопрос с позиций конкретного предприятия.

**Постановка задачи.** Целью исследования является исследование финансовых вложений на примере акционерной компании «АЛРОСА» (ПАО).

**Изложение основного материала исследования.** Российская группа алмазодобывающих компаний «АЛРОСА» занимает лидирующую позицию в мире по объёму добычи алмазов. Основные виды деятельности: разведка месторождений, добыча, обработка и продажа алмазного сырья. На сегодняшний день Компания добывает 95% всех алмазов России, а доля компании в мировом объёме добычи алмазов составляет 27%. Сумма активов акционерной компании на начало 2017 г. составила 683 396 510 тыс. руб., табл. 1 [6, 7].

Таблица 1 – Динамика финансовых вложений акционерной компании «АЛРОСА» (ПАО), тыс. руб., на конец периода

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1. Финансовые вложения – всего, в том числе	217 200 085	221 883 916	298 571 979
1.1. долгосрочные	139 935 180	210 101 766	267 007 757
- инвестиции в дочерние, зависимые и другие общества с прямым участием компании	110 570 793	119 964 449	187 453 121
<i>% в долгосрочных</i>	<i>79,0</i>	<i>57,1</i>	<i>70,2</i>
- займы	29 364 387	90 137 317	79 554 636
<i>% в долгосрочных</i>	<i>21,0</i>	<i>42,9</i>	<i>29,8</i>
1.2. краткосрочные	77 264 905	11 782 150	31 564 222
- займы	68 967 068	4 837 432	2 831 040
<i>% в краткосрочных</i>	<i>89,3</i>	<i>41,1</i>	<i>9,0</i>
- краткосрочные депозиты	700 000	-	28 570 000
<i>% в краткосрочных</i>	<i>0,9</i>	<i>0,0</i>	<i>90,5</i>
- прочие финансовые вложения	7 597 837	6 944 718	163 182
<i>% в краткосрочных</i>	<i>9,8</i>	<i>58,9</i>	<i>0,5</i>
2. Активы – всего	500 991 830	598 606 700	683 396 510
3. Доля финансовых вложений в активах компании, %	43,35	37,07	43,69
3.1 долгосрочных, %	27,9	35,1	39,07
3.2 краткосрочных, %	13,45	1,97	4,62

Как видно из табл. 1, доля долгосрочных инвестиций в активах компании увеличилась с 27,9% в 2014 г. до 39,07% в 2016 г., доля краткосрочных вложений, наоборот, снизилась с 13,45% до 4,62%. Сумма активов компании в

2016 г. возросла по сравнению с 2015 г. – на 84 789 810 тыс. руб., сумма финансовых инвестиций также выросла на 76 688 063 тыс. руб.

За период 2014-2016 гг. финансовые вложения в дочерние, зависимые и другие общества с прямым участием компании увеличились в 1,7 раза. Перечень обществ с прямым участием компании приведен в табл. 2.

Таблица 2. – Перечень основных обществ с прямым участием ПАО «АЛРОСА» на начало года

Наименование предприятия	Сумма вклада, тыс. руб /доля в устав. капитале, %		
	2015	2016	2017
<b>1. Дочерние предприятия, в т.ч.</b>			
1.1. АО «Негосударственный пенсионный фонд «Алмазная осень»	119 700 / 99,7	89 775 / 74,81	119 700 / 99,75
1.2. ОАО «АЛРОСА-Газ»	1 409 652 /99,99	1 409 652 /99,99	1 409 652 /99,99
1.3. ОАО «АЛРОСА-Якутия»	– /50,85	– /50,85	– /50,85
1.4. ОАО ННГК «Саханефтегаз»	– /50,40	– /50,40	– /50,40
1.5. ООО «АЛРОСА-Спецбурение»	950/51	969/51	89 205/100
1.6. АО «Авиакомпания АЛРОСА»	1 029 208/100	1 087 146/100	1 216 312/100
<b>2. Ассоциируемые компании, в т.ч.</b>			
2.1. Горнорудное общество «КАТОКА Лтд»	34 080/32,8	34 080/32,8	34 080/32,8
2.2. ЗАО «ГМК Тимир»	4 755 713/48,99	4 755 713/48,99	– /48,99
2.3. ОАО «Алмазный мир»	157 433/47,37	157 433/47,37	157 433/47,37
2.4. ООО «Сунтарцеолит»	1 628/35,38	– /–	– /–

Компания увеличила сумму вклада в уставный капитал следующих обществ: ALROSA OVER SEASS.A. (владение 100%) путем приобретения дополнительных акций (4500 шт. номиналом 1000 шв.фр.); АО«Авиакомпания АЛРОСА» (владение 100%) – приобретение дополнительных акций в количестве 12 916 573 шт. номиналом 10 руб.; ООО «АЛРОСА-Спецбурение» (владение 100%) – увеличение номинальной стоимости доли с помощью внесения дополнительного вклада имуществом; ООО «Ленское предприятие тепловых и электрических сетей» (владение 100%) – увеличение номинальной стоимости доли посредством внесения дополнительного вклада имуществом; ООО «Бриллианты АЛРОСА» (владение 100%) – увеличение номинальной стоимости доли путём внесения дополнительного вклада имуществом.

Из всех финансовых инвестиций Компании только акции ПАО «АЛРОСА-Нюрба» котируются на организованном рынке (бирже), табл.3.

Таблица 3 – Изменение стоимости акций, котируемых на бирже, тыс. руб.

Наименование дочернего общества	Первоначальная стоимость	Текущая рыночная стоимость		Сумма дооценки	
		31.12.2016	31.12.2015	2016 г.	2015 г.
ПАО «АЛРОСА-Нюрба»	309 484	129 831 821	72 089 906	57 741 915	9 238 706

Текущие финансовые инвестиции в основном представлены краткосрочными депозитами – 90,5% в 2016 г. (табл.1). В состав краткосрочных финансовых вложений на конец 2016 г. были переведены из долгосрочных (в связи с их продажей) вклады в уставный капитал ООО «Алмазный мир» в сумме 157 433 тыс. руб. и ООО «Мирнинская городская типография» – 5 749 тыс. руб. Основным заемщиком в составе текущих вложений – ПАО «Севералмаз».

**Выводы.** Финансовые инвестиции необходимы для обеспечения нормального функционирования, стабильного финансового состояния и максимизации прибыли хозяйствующего субъекта. Для акционерной компании «АЛРОСА» (ПАО) финансовые инвестиции играют важную роль, их доля в активах достигает 43,69%. Основная их часть вложена в уставные капиталы обществ, которые контролируются компанией (дочерние и ассоциированные предприятия), из них только акции ПАО «АЛРОСА-Нюрба» котируются на бирже. Это свидетельствует о том, что риски финансовых вложений акционерной компании «АЛРОСА» невысокие, как и доверие к организованному фондовому рынку.

Список использованных источников:

1. Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE22868.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE22868.html)

2. Семенкова, Е. В. Управление финансовыми инвестициями: факторы инвестиционной привлекательности [Электронный ресурс] / Е.В. Семенкова // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2016. – №2 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-finansovymi-investitsiyami-factory-investitsionnoy-privlekatelnosti>

3. Губанов, Р. С. К вопросу о дивидендных выплатах в компаниях с государственным участием: российский и международный учет [Электронный ресурс] / Р. С. Губанов // Финансовый менеджмент. – 2016. – № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-finansovymi-investitsiyami-factory-investitsionnoy-privlekatelnosti>

4. Леонова, Л. А. Учетная политика в отношении финансовых инвестиций и финансовых инструментов [Электронный ресурс] / Л.А Леонова // ЭВД. – 2012. – №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchetnaya-politika-v-otnoshenii-finansovyh-investitsiy-i-finansovyh-instrumentov>

5. Курасов, А. В. Возможности осуществления финансовых инвестиций на зарубежных фондовых рынках [Электронный ресурс] / А.В. Курасов // Экономика. Налоги. Право. – 2017. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-osuschestvleniya-finansovyh-investitsiy-na-zarubezhnyh-fondovyh-rynках>

6. Аудиторское заключение о бухгалтерской (финансовой) отчетности за период с 01 января по 31 декабря 2015 г. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/30026988/Desktop/статья/А3-АК-АЛРОСА-2015.pdf>

7. Аудиторское заключение о бухгалтерской отчетности 2016 год // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/30026988/Desktop /статья/19-Годовая-бух-отчетность-2016-аудит-10.02.2017.pdf

Кравцова Е.М., к.э.н., доц.,  
Сидоренко О.В.  
ГОУ ВПО «ДонНТУ», Донецк

## **АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДОХОДОВ НА ОП «ШАХТА ИМ. А. А. СКОЧИНСКОГО» И РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ**

**Актуальность.** Для любого предприятия очень важным является соблюдение принципов ведения бухгалтерского учета и отчетности, так как во многом это обеспечивает достоверность учетных данных. Правильный учет – залог успешной деятельности любого предприятия. На современном этапе развития экономики ДНР существует ряд несовершенств, к примеру, до сих пор не разработаны Республиканские стандарты бухгалтерского учета. Помимо этого предприятия не всегда придерживаются принципов ведения бухгалтерского учета. Именно с этой проблемой попытаемся разобраться на примере угледобывающего предприятия.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением проблемы несоблюдения принципов ведения бухгалтерского учета занимались ряд ученых, среди них Гавриленко В.А. [4], Федина В. В. [5], Никонова И.Ю. [6], которые отмечали особую важность соблюдения принципов ведения бухгалтерского учета.

**Постановка задачи.** Целью исследования является выявление несоответствий ведения бухгалтерского учета его принципам и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

**Изложение основного материала.** Принципы ведения бухгалтерского учета изложены в Законе Донецкой Народной Республики «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 27.02.2015 г.

Бухгалтерский учет доходов на Обособленном подразделении «Шахта им. А. А. Скочинского» Государственного предприятия «Донецкая угольная энергетическая компания» ведется в соответствии с Приказом «Об учетной политике ГП «ДУЭК» № 22 от 11.03.2016 г. [3]. Согласно Приказу признание и отражение в учете доходов осуществляется в соответствии с требованиями П(С) БУ № 15 «Доход»[2]. Учетная политика ГП «ДУЭК» предусматривает следующие положения в части доходов:

1. Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) не корректируется на размер связанной с ней сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности.

2. Доход от реализации угольной продукции признается доходом, если заказчиком переданы риски и выгоды, связанные с правом собственности на них.

3. Полученное целевое финансирование признается доходом в течение тех периодов, в которых были понесены расходы, связанные с выполнением условий целевого финансирования.

4. Целевое финансирование капитальных инвестиций признается доходом в течение периода полезного использования, соответствующих объектов инвестирования пропорционально сумме начисленной амортизации этих объектов, по оборотным активам – в момент списания их стоимости на расходы.

В результате детального изучения практики ведения учета доходов на ОП «Шахта им. А.А. Скочинского» был выявлен факт несоблюдения бухгалтерского принципа начисления и соответствия доходов и расходов. Так, в отчетности обособленного подразделения мы не видим доходов от реализации готовой угольной продукции, при этом ее себестоимость в отчетности отражена (см. рис. 1), в результате чего финансовым результатом основной деятельности шахты является убыток.

Предприятие <u>ОП Шахта им. А. А. Скочинского</u> (наименование)	Идентификационный код <u>33577414</u>
<b>Отчет о финансовых результатах (Отчет о совокупном доходе) за январь-декабрь 2017 г.</b>	
Форма № 2 Код по ГКУД	<u>1801003</u>

#### I. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Статья	Код строки	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Чистый доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	2000	–	–
Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг)	2050	( 1192653. )	( 1004924. )
Чистые понесенные убытки по страховым выплатам	2070	–	–
<b>Валовые: прибыль</b>	<b>2090</b>	–	–

Рис. 1. – Отражение дохода от реализации готовой продукции и себестоимости реализованной готовой продукции в Отчете о финансовых результатах ОП «Шахта им. А. А. Скочинского»

Причиной несоблюдения принципа начисления и соответствия доходов и расходов служит тот факт, что доход от реализации готовой угольной продукции отражается в учете материнского предприятия ГП «ДУЭК», в отчетности которого отражаются как доход от реализации, так и себестоимость готовой угольной продукции, добытой ОП «Шахта им. А. А. Скочинского». Единственным документом, подтверждающим факт реализации готовой угольной продукции на ОП «Шахта им. А. А. Скочинского» является «Оборотная ведомость по счету 361/2 «Расчеты с покупателями и заказчиками за отгруженную угольную продукцию» (см. рис. 2), но эта ведомость несет в себе всего лишь справочные данные без отражения в бухгалтерском учете.

ОП "Шахта им. А.А.Скочинского" ГП "ДУЭК"

ОБОРОТНАЯ ВЕДОМОСТЬ по счету 361/2 "Расчеты с покупателями и заказчиками за отгруженную угольную продукцию"  
(справочные данные без отражения в бухгалтерском учете)  
январь 2018 г.

№ п/п	Наименование организации	договор	С-до на 01.01.18.		Дт сч. 361/2	Кт сч.361/2 в Дт сч. 683	Курсовая разница на дату баланса	С-до на 01.02.18.	
			Дт	Кт				Дт	Кт
1	ОАО "АЮХЗ"	д. 163/ОС от 28.01.04	0.00					0.00	
2	ООО "Эрида трейд"	д. 268 01.09.15	1.43				-0.03	1.40	
3	ГП "Эуевская ТЭС"	д. 148 17.03.17	0.00	113,632,492.56		8,600,000.00		0.00	122,232,492.56
4	ФЛП Голиков Илья Геннадиевич	д. 292 06.06.17	0.00					0.00	
5	ЗАО "ЗАО"Внешторгсервис" Ф-л №4	д. 230 02.05.17	43,711,711.65		43,591,314.40			87,303,026.05	
6	ЗАО "ЗАО"Внешторгсервис" Ф-л №6	д. 229 02.05.17	143,023,873.18		114,495,921.60	48,490,069.62		209,029,725.16	
7	ЗАО "ЗАО"Внешторгсервис" Ф-л №7	д. 231 02.05.17	46,010,061.69		17,722,934.41	1,687,597.58		62,045,398.52	
8	ООО "ИСТЭК"	д. 412 22.06.17	88,512,150.33		15,222,959.12	65,399,000.00		38,336,109.45	
9	ООО "ДАН Компани"	д. 963/15/12-4 15.12.14	0.00	45,178.40		-45,178.40		0.00	
10	ЧАО "Маневросток"	д. 403/992 20.11.14	251,307.00					251,307.00	
11	ГП "Угольная компания "Куйбышевская"	д. 38-08/2000Ц 06.11.08	117,049.46					117,049.46	
12	ГП "Уголь Украины"	д. 01-13/1-ЕНЦ 25.12.12		0.00					0.00
13	ГП "Уголь Украины"	д. 09-14/1-КС 01.04.14	0.00					0.00	
14	ГП "РЦ "Д "Уголь Донбасса"	д. 508 01.07.16	0.00					0.00	
15	ИТОГО		321,626,154.74	113,677,670.96	191,033,129.53	124,131,488.80	-0.03	397,082,617.04	122,232,492.56
			321,608,762.00	113,670,141.23			-0.03	397,071,224.30	122,232,492.56

зачет		274,910,124.48
		-274,910,124.48
0.00	итого	
списано Кт задолженность		
45,178.40	ООО "ДАН Компани"	

191033129.53 124131488.80 -0.03 397082617.04 122232492.56  
0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

Рис. 2. – Оборотная ведомость по счету 361/2 «Расчеты с покупателями и заказчиками за отгруженную угольную продукцию»

**Выводы.** Так как ГП «ДУЭК» подает консолидированную финансовую отчетность, то вышеизложенное несоответствие никак не отразится на финансовых результатах материнского предприятия, и пока в Донецкой Народной Республике нет органа внешнего финансового контроля (государственного аудита), Обособленному Подразделению «Шахта им. А.А.Скочинского» нет смысла переживать по поводу этого несоответствия. Однако одного такого факта достаточно для того, чтобы признать неудовлетворительной работу внутренних органов финансового контроля ГП «ДУЭК».

Список использованных источников:

1. Закон «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в ДНР» от 27 февраля 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-buh-i-fin-uchete/>
2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 15 «Доход», утвержденное приказом Министерства финансов Украины от 29.11.99 г. № 290 (С изменениями, внесенными согласно Приказу Министерства финансов № 627 от 27.06.2013). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>
3. Приказ Об учетной политике [Электронный ресурс] : приказ №22 ГП «ДУЭК»: принят Министерством угля и энергетики Донецкой Народной

Республики 11 марта 2016 г. / ДНР. – Электрон. дан. (22 файла: 1,63 Мб). – Донецк : 2016.

4. Гавриленко В.А. Экономический анализ деятельности промышленных предприятий. Монография. – Донецк: ГВУЗ «ДонНТУ», 2009. – с. 292-293

5. Федина В.В. Нормативное регулирование и основные принципы бухгалтерского учета в России [Электронный ресурс] / В.В. Федина // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2008. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/normativnoe-regulirovanie-i-osnovnye-printsiipy-buhgalterskogo-ucheta-v-rossii>

6. Никонова И.Ю. Классификация принципов, влияющих на формирование учетной политики организации [Электронный ресурс] / И.Ю. Никонова // Известия Байкальского государственного университета. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/klassifikatsiya-printsiipov-vliyayuschih-na-formirovanie-uchetnoy-politiki-organizatsii>

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Демчишина Е.В.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ И ОБОРОНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

В современном мире стремительно развиваются инновационные технологии, которые внедряются во все сферы деятельности населения. Это обуславливает актуальность рассмотрения особенностей развития таких сфер, как государственные услуги и оборона в современных условиях. Этим научным вопросом занимались отечественные и зарубежные ученые: Луис Браун, Стефан Осборн, В. М. Трегубова, Е.Л. Рязанова, А.Р. Исаков, И. Е. Караваев и другие, однако некоторые аспекты этой проблематики были исследованы не в полном объеме, что требует дальнейшего изучения. Целью работы является исследование специфики развития сферы государственных услуг и обороны в условиях глобализации. Задачи исследования: изучить общие особенности развития сферы государственных услуг и обороны в условиях глобализации; рассмотреть современные технологии в предоставлении государственных услуг и обороны.

Согласно Федеральному закону Российской Федерации от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" государственные услуги - услуги, оказываемые гражданам и их объединениям, физическим и юридическим лицам государственными органами. Услуги в этом случае – это предоставление пользователям выходов (результатов исполнения) функций государственных органов, посредством которых последние выполняют обязательства государства перед гражданами – обеспечивают реализацию их прав и обязанностей [1].

Инновационным звеном в этой сфере является глобальная сеть Интернет

– благодаря ей появляется возможность облегчить получение государственных услуг. В качестве примера можно привести оформление заграничного паспорта, в этом случае весь пакет документов можно предоставить через электронный портал [2].

Глобальной тенденцией в мировом развитии является разработка и внедрение информационных технологий. Применение данных технологий значительно повышает уровень конкурентоспособности экономики и позволяет расширить возможность ее интеграции в мировую систему хозяйства.

Основными целями предоставления государственных услуг в электронном виде являются: снижение административных барьеров; повышение доступности государственных услуг для всего населения; расширение возможностей самообслуживания населения.

В рейтинге уровня развития электронного правительства ООН (E-Government Development Index), который содержится в исследованиях E-Government Survey, позиции стран распределяются на основе полученного ими общего индекса. Он состоит из 3 подындексов, характеризующих состояние: веб-присутствия органов государственной власти; телекоммуникационной инфраструктуры; человеческого капитала.

Наибольший индекс развития электронного правительства, который является составным индикатором, измеряющим готовность и способность правительства использовать информационно-коммуникационные технологии в целях оказания услуг населению по состоянию на июнь 2018 г. оказался у Дании – 0,915 при максимальном значении 1, Австралии – 0,9053; Республики Кореи – 0,901; Великобритании – 0,8999, а Россия в этом рейтинге занимает 32 место (0,7969). Наиболее низкие показатели у Южного Судана, Нигера, Сомали с индексами 0,1214; 0,1095; 0,0566 соответственно [3].

Основная проблема в переводе государственных услуг в электронный вид – это отсутствие единой методологии. Решение этой проблемы простое – создание системы подготовки государственных услуг к переводу в электронный вид.

Оборона – вид государственных услуг, направленный на защиту непосредственно государства и его населения от внешних угроз.

В 2017 г. сфера обороны (в % от ВВП страны) в Саудовской Аравии составляла 10%, Российская Федерация – 4,3% США – 3,1%, Австралия – 2% [3].

Развитие этой сферы можно рассмотреть как оборонно-промышленный комплекс (ОПК).

Основными проблемами ОПК Российской Федерации являются устаревшие технологии, высокий износ оборудования. Все это приводит к тому, что данная продукция не выдерживает конкуренции на мировом рынке. В результате основной задачей является внедрение инноваций в ОПК.

Программы инновационного развития должны быть интегрированы в стратегию развития предприятий ОПК, содействовать модернизации путем существенного улучшения основных показателей эффективности

производственных процессов: значительное уменьшение себестоимости выпускаемой продукции без ухудшения качества; экономия энергетических ресурсов в процессе производства; улучшение потребительских свойств выпускаемой продукции; повышение экологичности процесса производства.

В затратах на технологические инновации в секторе обороны 40% - это капитальные вложения, направленные на приобретение машин и оборудования. 20% общих затрат составляют производственное проектирование и другие виды технологической подготовки производства для выпуска новой продукции. Таким образом, более 1/2 инновационных затрат связано непосредственно с процессами освоения нововведений.

Основные направления инновационной деятельности в оборонно-промышленном комплексе: переход от предметной ориентации развития ОПК к объектной – целенаправленному развитию научно-технического и производственно-технологического потенциалов ОПК; повышение спроса на инновационную продукцию отечественного ОПК; усиление трансферта технологий из гражданской сферы в военную и обратно.

Таким образом, в результате рассмотрения особенностей развития и внедрения новых технологий в сферу государственного управления и обороны, основных направлений инновационной деятельности в сферах можно сделать следующие выводы: внедрение инноваций в отрасль государственного управления требует существенных доработок, так как инновации в этой сфере не рассчитаны на широкий круг населения; целесообразно обратить внимание на износ оборудования, который может существенно тормозить процесс внедрения инноваций.

Список использованных источников:

1. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]: Федеральный закон "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" от 27.07.2010 N 210-ФЗ. Режим доступа: <https://tinyurl.com/yby5zqux>.

2. Электронное правительство госуслуги / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.gosuslugi.ru/pgu>.

3. Trends in world military expenditure, 2017 / [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.sipri.org/sites/default/files/2018-04/sipri\\_fs\\_1805\\_milex\\_2017.pdf](https://www.sipri.org/sites/default/files/2018-04/sipri_fs_1805_milex_2017.pdf).

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Иванченко А.Я.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Изучение вопросов развития и функционирования мирового рынка

информационных технологий (ИТ) является актуальным и целесообразным. Исследованием этой научной проблемы занимались следующие отечественные и зарубежные учёные: М.А. Абросимова, И.Г. Акперов, Л.И. Алешин, В.С. Алиев, А.В. Сметанин, И.А. Коноплева, Б.А. Глинский, М.Ю. Опенков, А. Тоффлер, Н.А. Бердяев, В.С. Степин и другие. Вместе с тем, необходимо отметить, что некоторые аспекты научного вопроса раскрыты недостаточно в полном объёме, поэтому требуют дальнейшего изучения. Целью работы является исследование особенностей функционирования мирового рынка информационных технологий. Задачи: 1) рассмотреть основные исторические этапы становления рынка ИТ; 2) проанализировать современное состояние мирового рынка ИТ.

В истории развития мирового рынка ИТ можно выделить 3 основных этапа:

I этап (50-е гг. XX в.) характеризуется возникновением первых ЭВМ. Они использовались в полном соответствии со своим названием - исключительно как высокоточный инструмент для сложных вычислений, для решения вычислительных задач с помощью различных математических методов. Понятия стандартного программного обеспечения не было; все программы, реализующие методы вычислений, создавались первыми программистами в машинных кодах. Эти программы использовались в проектно-конструкторской деятельности, в моделировании сложных математических процессов, фактически во всех областях, требующих применения математических методов. Они обрабатывали различные цифры, статистику, расчетные таблицы. К основной деятельности предприятий и различных бизнес структур ЭВМ фактически никакого отношения не имела [1, с. 235].

II этап развития рынка ИТ (сер. 60-х – нач. 90-х гг. XX в.) можно трактовать, как период возникновения и развития автоматизированных систем управления (АСУ). Начали формироваться различные научные институты, главные ведомства вычислительных аппаратов государственных министерств, а также крупные предприятия и корпорации. Данные системы используются во всех отраслях, в т. ч. и для обработки данных и формирования отчетности. Несмотря на свое название - автоматизированные системы управления - они никогда и ни чем не управляли, а только лишь поддерживали четкое функционирование ведомств и предприятий. Вычислительные центры рассматривались как обслуживающие подразделения, управляемые специфическим инженерно-техническим персоналом. Эти центры были полностью отстранены от основной деятельности организаций, сотрудники которых были заняты своей работой и, соответственно, экономический эффект от их работы получать тоже не представлялась возможным [1, с. 69; 2, с. 333].

III этап развития рынка ИТ (сер. 90-х гг. XX в. – наст. время) характеризуется научной революцией и большим техническим прогрессом. ИТ и НТП стали оказывать влияние на основные операции деятельности организаций (производственные и финансовые). Это стало двигателем прогресса банковской, финансовой, информационной и многих других сфер

хозяйственной деятельности [3 с. 286].

Примерами новых форм бизнеса являются электронная коммерция и появление виртуальных фирм, крипто-валют, квазиденег и биткоинов. С развитием ИТ можно наблюдать за возникновением фильтров в учете каналов продвижения товаров и предложений между производителями и покупателями. К 2017 90% продукции фирмы Cisco Systems продается посредством коллективного Онлайн-портала. Фирмы стремятся максимально сохранить за собой не только стратегически значимые функции и умственный капитал, но и передачу в аутсорсинг производственные, сбытовые, логистические, рекламные, денежные и др. финансовые функции деловых партнеров. Одним из лидеров крупного ИТ-рынка фирма IBM в 2016 г. уменьшила объёмы производства средств вычислительной техники, передав возможности фирмам-партнерам в Юго-Восточной Азии, оставив за собой проектирование и создание инновационной техники, т.е. практически отказавшись от изготовления не ликвидного продукта ИТ. В итоге покупки консалтингового отдела фирмы Price Waterhouse, в 2017 г. была создана фирма IBM Global Solutions, ставшая крупным системным интегратором, дающим групповые умственные предложения в области управленческого консалтинга и системной интеграции, вместе с 2-мя лидерами данного рынка - компаниями EDS (Electronic Data Systems) и Accenture. Русский рынок ИТ развивается рекордными темпами 20-25% в год и эти темпы продолжают сохраняться. Темпы роста в США снизились до 6%, в Западной Европе - до 2%, в Центральной и Восточной Европе в 2015-2017 гг. показатели демонстрировали уменьшение на 16% [2 с. 387; 4 с. 177]. Ведущими мировыми ИТ компаниями являются: Apple (США), Samsung Group (Южная Корея), Google (Англия). Конкурентоспособными ИТ товарами являются следующие: облачные технологии, игровая индустрия, онлайн-видео хостинг. В 2017 г. лидерами экспорта ИТ товаров на мировом рынке стали компании Apple (20%), Intel (45%), Samsung (30%), Xiaomi (5%). К концу 2018 г. прогнозируется увеличение доли экспорта ИТ товаров на мировой рынок китайскими компаниями [4 с.288].

Таким образом, результаты исследования исторических этапов и современного состояния мирового рынка ИТ демонстрируют следующие тенденции: мировой рынок ИТ прошёл 3 этапа развития в XX-XXI вв., регулярно увеличивает и развивает свою сферу влияния в экономике и социальной сфере жизни общества; развитие рынка ИТ требует постоянного, детального изучения и модернизации, поскольку представляет собой один из основных технологических инструментов прогресса общества, что помогает обеспечить стабильное социально-экономическое развитие стран и компаний.

Список использованных источников:

1. Абросимова, М.А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении: Учебное пособие / М.А. Абросимова. – М.: КноРус, 2013. – 248 с.

2. Акперов, И.Г. Информационные технологии в менеджменте: Учебник / И.Г. Акперов, А.В. Сметанин, И.А. Коноплева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 400 с.

3. Алешин, Л.И. Информационные технологии: Учебное пособие / Л.И. Алешин. – М.: Маркет ДС, 2011. – 384 с.

4. Алиев, В.С. Информационные технологии и системы финансового менеджмента: Учебное пособие / В.С. оглы Алиев. – М.: Форум, ИНФРА-М, 2017. – 320 с.

Мащенко Е.А., к.э.н., доц.,  
Сергеева М.В.  
ГОУ ВПО «ДонНТУ», г. Донецк

## **КЛАССИФИКАЦИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

В наше время трудно представить предприятие, которое не использует нематериальные активы. В какой-то степени это новые, усовершенствованные активы, которые уникальны по своему составу, характеристике, а также по уровню воздействия на результат хозяйственной деятельности предприятия в конце отчетного периода. Данные активы в составе хозяйственных средств организации повышают стоимость активов на рынке, их инновационную привлекательность, а сама ценность нематериальных активов (далее - НМА) определяется как экономическая выгода в будущем, которую они принесут предприятию. Методика организации учета НМА является объектом бдительного внимания органов учета как на территории ДНР, так и в мире. Однако до сих пор неопределенными остаются отдельные моменты оценки, признания и классификации нематериальных активов, а также требуется их дальнейшее исследование. Тем самым тема данной статьи является актуальной и по сей день.

Цель работы является усовершенствование классификационных групп НМА на предприятиях и их функций, которые они выполняют в процессе функционирования предприятий.

Проблемы определения термина «нематериальные активы» и их классификации нашли свое отражение во многих научных трудах зарубежных и отечественных ученых: Ф. Бутинця, Л. Мельничук, Ю. Писаренко, М. Пушкря и пр.

К определению термина «нематериальные активы» национальные и международные стандарты бухгалтерского учета, а также ученые подходят по-разному. На организациях ДНР нематериальные активы отражают в соответствии с Положением (стандартом) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы», Законом ДНР «О налоговой системе», Законом ДНР «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» и другими инструкциями и методическими рекомендациями, предусмотренными законодательством [1-7].

Так, согласно Положению (стандарту) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы», нематериальные активы - это немонетарный актив, который не имеет материальной формы и может быть идентифицирован.

Множество определений, подобных данному приведено и в др. нормативно-правовых документах. Данного рода определение позволяет соотнести НМА с нужной группой по правовому признаку и присвоить им соответствующий номер учетной записи.

В отечественной и иностранной научной и научно-методологической литературе можно встретить множество предложений по классификации НМА. При этом самая расширенная классификация, встречающаяся в современной отечественной экономической литературе, была предложена для целей бухгалтерского учета В.В. Ясишеной [8].

Таким образом, проанализировав некоторые взгляды отечественных и иностранных экономистов, для эффективного управления НМА в процессе хозяйственной деятельностью предприятия можно выделить следующие виды нематериальных активов (табл. 1).

Таблица 1 – Классификация нематериальных активов

<b>Признак классификации</b>	<b>Группы (виды) НМА</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Состав (расходы, связанные с приобретением и списанием НМА)	Интеллектуальная собственность Права на имущество Отложенные (отсроченные) расходы Приобретение новых участков, расширение, аренда
Срок полезного использования	Функционирующие Нефункционирующие
Срок использования	Текущие Долгосрочные
Возможность отчуждения	Отчуждаемые Неотчуждаемые
Характер воздействия на результаты хозяйственной деятельности предприятия	Прямого воздействия Опосредованного воздействия
Источник создания	Привлеченные Собственные
Степень правовой защищенности	Защищенные Незащищенные
Степень вложения индивидуального труда	Собственные Паевые Приобретенные со стороны
Степень ликвидности	Ликвидные Неликвидные
Степень доходности	Высокодоходные Низкодоходные Приносят прямой доход Приносят непрямой доход

Признак классификации	Группы (виды) НМА
1	2
Степень получения	Собственные Привлеченные
Участие в хозяйственной деятельности предприятия	Процесс поставки Процесс производства Процесс сбыта Инвестиционный процесс Процесс управления
Участие в процессе производства	Принимает участие Не принимает участие
Права, связанные с использованием НМА	Право на пользования природными ресурсами Право на пользования имуществом Право на занятие любым видом деятельности
Принадлежность к институту отрасли права ОИС	Авторские права Смежные права Патентные права Нетрадиционные объекты Объекты средств индивидуализации участников хозяйственного оборота
С точки зрения учета	НМА, которые отражаются на балансе предприятия
По признакам целого	Неотъемлемы от индивидуума Неотъемлемы от организации Отделяемые от организации и индивидуума
Наличие творческого элемента	Объект, содержащих творческий элемент Объект, в которых творческий элемент присутствует в незначительной части
По европейским стандартам	Человеческий материальный капитал Корпоративные активы Генерирование стоимости в долгосрочном периоде
С позиции бухучета	Идентифицированные Неидентифицированные
Уникальность	Уникальные Неуникальные
Срок возмещения расходов на создание или приобретение	Быстроокупаемые Медленноокупные Неокупаемые (нерентабельные)
Результативность использования	Эффективные Неэффективные

Благодаря выше предложенной классификации НМА организации смогут более точно отразить свой имущественный потенциал в различных аспектах, определить их место и значение. Кроме того, данная статья позволит создать научную базу для разработки методических положений по формированию и управлению НМА на субъектах хозяйствования.

Таким образом, нематериальные активы, по своей сущности, способны на

современном этапе хозяйственной деятельности предприятий и организаций могут стать средством стабильного, уравновешенного развития, предоставить конкурентоспособность на государственном и мировом рынках и привести к росту рыночной стоимости.

Список использованных источников:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» // Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 242 18.10.1999 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
2. Закон ДНР «О налоговой системе» // Принят Постановление Народного Совета №99-ІНС от 25.12.2015 г. [Електронний ресурс]. URL: <https://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/>
3. Закон ДНР «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» // Принят Постановление Народного Совета №99-ІНС от 25.12.2015 г. – [Електронний ресурс]. URL: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-buh-i-fin-uchete/>
4. Інструкція з бухгалтерського обліку необоротних активів бюджетних установ // Затверджено Наказом Міністерства Фінансів України за №64 від 17.07.2000 р. – [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0459-00>
5. Методологічні положення щодо складання фінансового рахунку / Затверджені наказом Державного комітету статистики за №112 16.02.2004 р. – [Електронний ресурс]. URL: <http://nasoa.edu.ua/wp-content/uploads/periodicals/b-obl/141/23.pdf>
6. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств (розд. 2) від 28.07.2006 р. – [Електронний ресурс]. URL: <http://www.uazakon.com/big/text892/pg1.htm>
7. Библиографическая ссылка: Ясишена В.В. Економічний зміст та класифікація нематеріальних активів для цілей бухгалтерського обліку // [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2227>
8. Інтелектуальний капітал підприємств АПК в регіональній інноваційній системі: Монографія [Текст] / Г.В. Жаворонкова, В.О. Жаворонков, Д.М. Соковніна, Л.Ю. Мельник, М.О. Гоменюк / За ред. д.е.н. Г.В. Жаворонкової. – Умань: Видавець «Сочінський», 2012. – 550 с.

## **СЕКЦИЯ 7. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Воробьёва Е.К. к.э.н., доц.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### **СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ОРИЕНТАЦИИ**

Стратегическое управление кадровым потенциалом можно рассматривать как динамическую совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов: определение миссии и целей, анализ среды, выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения.

Система стратегического управления кадровым потенциалом включает шесть подсистем: подсистема обеспечения процессом управления кадровым потенциалом; подсистема маркетинга кадрового потенциала; подсистема развитие кадрового потенциала; подсистема мотивации персонала; подсистема управления коммуникациями; подсистема формирования и развития корпоративной культуры [1].

В современных условиях хозяйствования предприятиям рекомендовано использовать маркетинг кадрового потенциала – философию действия, значимую для любого предприятия, занимающегося удовлетворением потребностей покупателей, которая предполагает, что вся деятельность предприятия должна иметь главной целью удовлетворение потребностей пользователей, поскольку это наилучший путь достижения целей торгового предприятия; роста и повышения его рентабельности [2].

Объектом исследования выступает стратегическое управление кадровым потенциалом ООО «Айсберг». Исследование показало, что целью стратегического управления кадровым потенциалом ООО «Айсберг» является повышение производительности труда. Это подтверждается также проведенным анализом основных показателей деятельности предприятия, поскольку в ООО «Айсберг» в отчетном периоде отмечено снижение выработки торгово-оперативных работников на 16,2 тыс. руб. что привело к снижению товарооборота предприятия на 162 тыс. руб.

На основе матрицы Ансоффа (матрица возможностей по товарам / рынкам) ООО «Айсберг» в силу особенностей своего положения на рынке должно придерживаться двух стратегий: «проникновение на рынок» и «развития продукции».

На основе матрицы конкурентного преимущества М. Портера ООО «Айсберг» рекомендуем избирать стратегии новичков: сосредоточение сил на участке; стратегия увеличения свободных ниш.

На основе матрицы «Джи-И-Маккензи» ООО «Айсберг» должно придерживаться стратегии «усиления или удержания своих позиций на рынке через предложение более качественных и конкурентоспособных товаров,

активизацию маркетинговых усилий с рекламы и стимулирования сбыта, использование гибкой ценовой политики, сервисных услуг.

ООО «Айсберг» занимает видимую конкурентную позицию на рынке ДНР, что определяет следующие стратегические цели управления кадровым потенциалом: оценка эффективности работы, переподготовка кадров, изучение потребностей персонала и разработка соответствующих мер по их стимулированию, формализация корпоративной культуры.

ООО «Айсберг» корпоративная стратегия ограниченного роста, определяет стратегическую цель управления кадровым потенциалом – поддержка конкурентоспособности персонала и соответственно кадровые стратегии: повышения квалификации персонала, кадровые перестановки, совершенствование системы развития персонала.

ООО «Айсберг» конкурентная стратегия лидерство в нише (стратегия фокусирования) определяет стратегическую цель управления кадровым потенциалом – повышение конкурентоспособности персонала в сфере деятельности предприятия и соответственно кадровые стратегии: привлечение высококвалифицированного персонала узкого профиля, совершенствование системы развития персонала, совершенствование системы мотивации персонала.

ООО «Айсберг» рекомендуем следующие маркетинговые стратегии:

*Стратегии информационно-коммуникационного обеспечения стратегического управления кадровым потенциалом.* ООО «Айсберг» рекомендовано избрать стратегией информационно – коммуникационного обеспечения стратегического управления кадровым потенциалом стратегию информационно – коммуникационного нейтралитета.

*Стратегия приема персонала.* ООО «Айсберг» рекомендовано пересмотреть кадровую политику в сфере приёма персонала.

*Стратегия усовершенствования процесса трудовой адаптации персонала на предприятия.* Рекомендации по усовершенствованию процесса трудовой адаптации персонала ООО «Айсберг» следующие: совершенствование системы профессионально-квалификационного продвижения работников (перспективы роста персонала, возможность перехода на более сложные виды труда в соответствии с образованием); улучшение морально-психологического климата в коллективе на основе развития корпоративной культуры; направления работы руководства предприятия на решение социальных задач в сфере управления.

*Стратегия усовершенствования стратегического управления кадровым потенциалом по показателям «конкурентная позиция предприятия/качественный уровень персонала».* ООО «Айсберг» рекомендована стратегия повышения качественного уровня персонала.

*Стратегия мотивации персонала.* ООО «Айсберг» должны более значительное внимание уделять повышению уровня социальной защиты работников с учетом обеспечения участия персонала в учебных программах, на предоставление гибкого рабочего графика возможность персоналу расти профессионально. Тем самым, необходимым для достижения общей цели

предприятия имеет создание такой творческой атмосферы и рабочей среды, которая будет стимулировать интеллектуальную деятельность персонала работать над перспективными, нестандартными задачами и важными проектами, то есть предоставлять возможность персоналу для самовыражения и самостоятельного принятия решений в общем деле.

*Стратегия развития персонала.* ООО «Айсберг» занимает видимую конкурентную позицию на рынке ДНР следовательно, рекомендованы стратегии развития: изучение и развитие потенциала продвижения работника, изучение возможных направлений ротации персонала, повышение ответственности руководства за развитие подчиненных, поддержка физического здоровья персонала, развитие познавательных способностей персонала, формирование системы ценностей персонала.

*Стратегия управления кадровым потенциалом.* Руководству ООО «Айсберг» рекомендовано использовать следующие стратегии управления кадровым потенциалом: развитие и поддержка корпоративной культуры предприятия; развитие персонала; совершенствование системы мотивации персонала; повышение результативности трудовой адаптации персонала; повышение качества информации по поводу стратегического управления персоналом; Совершенствование системы приема персонала; повышение конкурентоспособности персонала; поддержка развития персонала; поддержка уровня стимулирования персонала.

В условиях высокой нестабильности внешней среды руководству ООО «Айсберг» рекомендуем использовать управление на основе гибких экспертных решений и управление в условиях стратегических неожиданностей.

Основными областями стратегических изменений в ООО «Айсберг» при реализации разработанного стратегического набора являются: информирование и мотивация персонала; лидерство и стиль менеджмента; базовые ценности, корпоративная культура; организационная структура управления; ресурсное обеспечение; компетенция и навыки.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства: навчальний посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – К.: Знання, 2011. – 236 с.

2. Сардак, О.В. Управління персонал-маркетингом: ідеогенез, інструментарій, синергія: монографія. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 664 с.

Гасило Е.А., к.э.н., доц.,

Евглевская Д.С.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ**

На современном этапе развития экономики каждая организация превращается в значимую структуру, а изучение принципов ее функционирования и развития, а также определение путей повышения ее

эффективности становится приоритетной задачей ее руководства. Большое внимание также уделяется изучению влияния, которое оказывают отдельные личности и группы людей на функционирование организации, отслеживанию отклонений, происходящих в ней.

Для решения этих задач ввиду многоаспектности процесса управления любой организацией, еще в XX-м веке появились следующие направления развития организации:

1) ситуационный подход, который предполагает, что организация не может предвидеть все исходы события, поэтому процесс принятия решения будет зависеть от самой ситуации. Данная теория констатирует факт, что нет единственного правильного решения по развитию организации, из-за невозможности создания таких структур, которые подходят под нужное время, место, цель, ситуацию; организации должна быть свойственна адаптация к условиям окружающей среды и только это может обеспечить ее эффективность;

2) экологический подход, предполагающий, что организация будет существовать и развиваться только, когда она «подстраивается» под изменения, происходящие в окружающей среде. Считается, что выживает только та организация, которая наиболее приспособленная к окружающей среде. Следует помнить, что даже менеджмент не повлияет на адаптацию, из-за ограничения ресурсов не каждая организация сможет функционировать долго, а потому руководству организаций следует уделять внимание механизмам, которые обеспечивают эффективные структурные изменения в организациях;

3) подход организационного учения, основывающийся на двух направлениях обучения, увеличивающий возможности организации в отношении достижения поставленных целей. Это с одной стороны, обучение по "одинарной петле", которое предусматривает обязательную подготовку персонала; с другой стороны - обучение по "двойной петле", которое подразумевает, что организация способна сознательно учиться и самоорганизовываться. В результате объекты организации приходят к переосмыслению накопленного ранее опыта (переоценке организационных целей, ценностей, убеждений и т.д.).

К современным направлениям развития теории организации относят: реинжиниринг, концепцию внутренних рынков, теорию альянсов, концепцию экологически осознанного руководства предприятия.

По определению М. Хаммера и Дж. Чампи, «реинжиниринг – это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов, с целью резкого улучшения ключевых показателей деятельности организации, таких как: стоимость, качество, обслуживание и темпы». В данном подходе рассматривают оптимизацию деятельности организации, ее структуры управления и процесса принятия управленческих решений. Поэтому, в реинжиниринге используют, в основном, современные коммуникационно-информационные технологии.

Концепция внутренних рынков корпорации обеспечивает перенесение на внутреннюю деятельность корпорации всех процессов рыночного хозяйствования. Структурные подразделения в данном случае становятся автономными и на практике они покупают и продают товары и услуги в других

фирмах, а также внутри организации. За счет этого руководство может оперативно изменять ход деятельности организации. Коммуникация между подразделениями обеспечивается с помощью информационных и финансовых систем. Благодаря данной концепции сокращаются расходы, происходит переход на управление по горизонтали, а также создаются виртуальные корпорации.

Теория альянсов предполагает, что развитие организации происходит за счет появления и расширения многообразных форм. Ими могут выступать потребители, поставщики, конкуренты, стратегические союзы, холдинги, группы хозяйственных ассоциаций, консорциумы. При данном подходе к развитию организации, применяются профессиональные знания и умения членов организации, уделяется большое внимание не только межличностным отношениям, но и отношению персонала к капиталу.

Концепция экологически осознанного руководства создана с целью защиты ресурсов, сокращения отходов, ограничения выбросов, производства без вреда для окружающих, уменьшения потенциальной опасности. В современном мире данное направление является очень актуальным, так как организации влияют на окружающую среду и на данный момент не лучшим образом.

Таким образом, использование современных подходов к развитию и обеспечению функционирования организаций, а также их комбинированное использование с классическими подходами обеспечит организациям достижение поставленных целей, получение необходимых конкурентных преимуществ, а значит и длительное и успешное пребывание на рынке.

Список использованных источников:

1. Балашов, А.П. Теория организации [Текст]: Учебное пособие / А.П. Балашов. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
2. Веснин, В.Р. Теория организации [Текст]: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 272 с.
3. Латфуллин, Г.Р. Теория организации [Текст]: Учебник для бакалавров / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. – Люберцы: Юрайт, 2015. – 448 с.
4. Чернопятав, А. М. Теория организации: учеб. пособие / А. М. Чернопятав, В. В. Попова. – М.: Русайнс, 2015. 1 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rucont.ru /file.ashx?guid= d987d 54c -ec82 -47fb-b245 -bf2c53a84ff7>

Охременко С.И., к.т.н., доц.,  
Загорная А.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК**

Рыночной экономикой созданы большие возможности для осуществления внешнеэкономической деятельности. Чтобы занять достойное

место в мировом сообществе, необходимо расширять международные связи между предприятиями и странами. Этого можно достичь, изучив определённые стратегии и методы международного маркетинга.

Чтобы вывести предприятие на зарубежный рынок, сначала необходимо его предварительно изучить. В том государстве, где предполагается работа производства, исследованию подлежат политическая обстановка, экономические факторы, государственное управление, социологические и культурные факторы. Только после этого решается целесообразно ли начинать функционирование за границей.

Для того чтобы был осуществлён выход на иностранный рынок, применяются такие стратегии: экспортная стратегия, посредничество, а также построение бизнеса иерархическим способом. [1]

Стратегии экспорта подразумевают производство основным внутренним рынком определённых товаров и услуг, а затем они реализовываются на внешнем рынке.

Чаще всего косвенный экспорт предпочтительнее компаниями, потому что его легче организовать. Он совершается с помощью зарубежных посредников (агентов по экспорту). Они осведомлены всеми особенностями внешнего рынка, поэтому продажи будут эффективными.

Следующим является направление прямого экспорта. Смысл состоит в подписании прямого контракта с торговыми посредниками внешнего рынка. Однако результатом является увеличение расходов, а также уровня риска. В конкретной ситуации поиском посредников, изучением и сбором документации, вопросами сертификации продукции компания занимается сама.

Стратегия совместного экспорта состоит в объединении нескольких малых фирм на внутреннем рынке. Цель объединения - прямые поставки на целевой внешний рынок. Чаще всего объединяются фирмы, объёмы производства и имеющиеся резервы которых не позволяют занять нишу на иностранном рынке.

Стратегии экспорта наименее затратные, в противоположность другим вариантам. Подобные стратегии будут иметь ещё больший успех, если предприятие будет участвовать в различных зарубежных выставках.

Лицензирование, франчайзинг, контрактное производство (совместная предпринимательская деятельность) являются видами посредничества. Лицензированием называется процедура передачи патентов, товарных знаков, технологических достижений одной компанией другой, которые располагаются в разных странах. Условия передачи описаны в договоре.

Лицензирование это удобный способ организовать производство на зарубежном рынке и обойти высокие затраты. Однако минусами можно назвать утрату уникальности и трудный процесс контроля. После того, как лицензия передана компании, она становится конкурентным предприятием.

Франчайзинг это процесс передачи лицензии от фирмы-франчайзера к фирме-франчайзи. Лицензия подразумевает совершение деятельности под своей торговой маркой. Передаются не только торговый знак и продукты

фирмы, но и целый бизнес-процесс. Франшизами называются рестораны «McDonalds», «Subway», отель «Holiday Inn». [2]

Особенностью совместной предпринимательской деятельности является заключение контракта с местными производителями на выпуск товара. Благодаря регулированию по контракту фирма лишается конкурента в лице клиента. Управление предприятиями будет осуществляться двумя сторонами в соотношении, обусловленном в договоре. В данной ситуации фирма разделяет риски и угрозы со своим партнёром, но также и разделяется прибыль от будущей предпринимательской деятельности. Однако у партнёров могут возникнуть разногласия во мнениях, взглядах на ту либо иную ситуацию, на использование прибыли. Используя такую стратегию, фирма получает возможность ускорить темпы развития деятельности и обретает возможность стать партнёрами с местным изготовителем либо приобрести его предприятие.

Инвестиционный способ увеличения бизнеса - это его иерархическое построение. Предполагается, что требуется в полной степени владеть компанией за границей. Выделяют два способа выхода на внешний рынок: купить бизнес, который уже существует или построить новую компанию «с нуля». Чтобы заполучить уже готовое дело, необходимо приобрести контрольный пакет акций фирмы. Таким образом, уже будет иметься определённая доля на рынке. Бизнес «с нуля» требует крупных вложений и значительное количество времени, чтобы занять достойное место на внешнем рынке. В то же время это минимальный риск расширения бизнеса и максимальный контроль компании.

Итак, чтобы расширять деятельность своих предприятий, необходимо внедряться на внешний целевой рынок. Так как это является хорошей перспективой для будущего развития. Применяя определённые стратегии выхода предприятия на международный рынок можно достичь поставленных целей и успеха компании. [3]

Список использованных источников:

1. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Пер. с англ. Под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство "Питер", 2005. – 896 с.
3. Симонян, Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студ. вузов / Т.В.Симонян, Т.Г.Кизилова. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 212 с.

Охременко С.И., к.т.н., доц.,  
Лобанова О.Э.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ**

Каждая бизнес-организация является частью маркетинговой среды, в

которой она работает. Ни одна организация не может функционировать изолированно, поскольку существует множество факторов, которые тесно или дистанционно окружают бизнес, который известен как маркетинговая среда. Она широко подразделяется на две категории: микро- и макросреда. Первая влияет только на работу конкретного бизнеса, к которому она относится, в то время как последняя влияет на функционирование всех субъектов бизнеса.

Микросреда оказывает непосредственное влияние на предпринимательскую деятельность, а макросреда – на все бизнес-группы в целом. Важно изучить маркетинговую среду, чтобы понять влияние различных сил на бизнес. [1]

Микроокружение относится к окружающей среде, которая находится в непосредственном контакте с предприятием и может повлиять на повседневную деятельность бизнеса. Это связано с небольшой областью, в которой работает предприятие.

Микроокружение – это совокупность всех сил, приближенных к предприятию. Эти силы очень специфичны только для указанного бизнеса. Они могут влиять на производительность и повседневную работу компании, но только на короткий срок. Элементами этой среды являются поставщики, конкуренты, маркетинговые посредники, потребители и контактные аудитории.

Макросреда представляет собой те внешние силы, которые не находятся под контролем фирмы, но оказывают сильное влияние на работу фирмы. Она состоит из отдельных лиц, групп, организаций, агентств и других лиц, с которыми фирма занимается в ходе своей деятельности.

Элементами макросреды являются экономические, политико-правовые, социально-демографические, технологические и культурные факторы.

Социально-демографические факторы включают в себя страну или регион, возраст, этническую принадлежность, уровень образования, образ жизни, культурные особенности.

Экономическая среда может влиять как на производство организации, так и на процесс принятия решений потребителем.

Необходимо учитывать восстановление его природных ресурсов, таких как леса, сельскохозяйственные продукты, морские продукты и другое. Существуют также природные невозобновляемые ресурсы, такие как нефть, уголь, полезные ископаемые, которые также могут влиять на производство организации.

Технологическими факторами являются навыки и знания, применяемые к производству, а также технологии и материалы, необходимые для производства продуктов и услуг, также могут влиять на бесперебойную работу бизнеса и должны учитываться.

Разумные маркетинговые решения должны всегда учитывать политические и правовые изменения, связанные с организацией и ее рынками. [2]

Воздействие на товары и услуги, которые приносят ваши организации на рынок, необходимо учитывать в обществе. Любые элементы производственного процесса или любые товары и услуги, которые вредны для общества, должны

быть устранены, чтобы показать, что ваша организация несет социальную ответственность.

Ключевые различия между микро- и макросредой:

1. Микроокружение - это среда, которая находится в непосредственном контакте с фирмой. Окружающая среда, которая не является специфической для конкретной фирмы, но может влиять на работу всех бизнес-групп, известна как макросреда.

2. Факторы микросреды влияют только на конкретный бизнес, но макро факторы влияют на все субъекты хозяйствования.

3. Микро факторы контролируются бизнесом. Однако макро переменные неконтролируемы.

4. Элементы микроокружения непосредственно и регулярно влияют на предприятие, которые прямо противоположны макросреде.

5. Изучение микросреды описывается как анализ COSMIC. И наоборот, PESTLE анализ – это исследование макросреды. [3]

Микросреды и макросреды охватывают общую среду бизнеса. Таким образом, они скорее дополняют друг друга, чем противоречат друг другу. Изучение этих условий поможет узнать о силе, слабости, возможностях и угрозе бизнеса.

Список использованных источников:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Филипп Котлер, Вероника Вонг, Джон Сондерс, Гари Армстронг – 4-е европейское издание = Principles of Marketing: European Edition 4th. – М.: «Вильямс», 2007. – 1200 с. – ISBN 0-273-68456-6.

2. Маркетинг [Текст] / А.В. Пошатаев, М.В. Москалев, Е.И. Семенова и др.; Под ред. А.В. Пошатаева. – М.; КолосС, 2005. – 368 с.: ил. – (Учебники и учебные пособия для студентов высш. учеб. заведений) – 2000 экз. – ISBN 5-9532-0310-1.

3. Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: Учебник / В.А. Алексунин, Г.А. Бунич, Л.Г. Гапошина – 6-е изд., перераб. и доп. – М: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2008. – 716 с. – 4500 экз. – ISBN 5-91131-357-X/978-5-91131-843-7.

Охрименко И.Ю., ассистент  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

Развитие рыночных отношений и цифровой экономики, смена приоритетов в управлении бизнесом, рост влияния политических рисков на бизнес выдвигают новые требования к построению системы стратегического управления бизнесом. Средние предприятия особенно подвержены негативному влиянию факторов внешней среды вследствие их низкой

толерантности к риску.

Эффективность функционирования предприятия, в частности среднего, во многом зависит от правильности разработки стратегического плана, четкого понимания целей и путей развития, что и обуславливает актуальность данного исследования.

Целью данной работы является диагностика состояния системы стратегического управления средними предприятиями, а также разработка рекомендаций по ее совершенствованию. Базой для проведения исследования послужили 4 средних предприятия Донбасса.

Диагностика системы стратегического управления средним предприятием необходима для выявления возможных недостатков в ее построении, истинных причин существующих проблем, поскольку часто случается, что проблема, лежащая на поверхности, является следствием негативных факторов, которые, на первый взгляд не так очевидны.

Диагностика процесса стратегического управления предприятий включает определение текущего стратегического положения и оценку степени достижения целей предприятий [1; 2].

Определить стратегическое положение исследуемых предприятий целесообразно с помощью SPACE-анализа. Результаты данного анализа позволяют разработать набор проактивных мер по реализации стратегической направленности (табл. 1).

Таблица 1 - Результаты SPACE-анализа исследуемых предприятий.

Графическое представление	Предприятие	Стратегическая направленность	Набор проактивных мероприятий по реализации
	ООО «Булкофф»	Консервативная  (предприятие работает на стабильном рынке с низким темпом роста)	1. Разработка плана повышения привлекательности имиджа предприятия. 2. Разработка ценовой политики с учетом степени их рыночной новизны. 3. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта. 4. Формирование долгосрочных и взаимовыгодных отношений с посредниками.
	ООО «Свежесть»	Конкурентная  (предприятие получает конкурентные преимущества в нестабильной обстановке)	1. Проведение мониторинга рынка и деятельности конкурентов с целью создания «голубого океана». 2. Выявление латентных потребностей потребителей либо их создание. 3. Создание ценности для потребителей на основе регулярного мониторинга их ожиданий. 4. Разработка ценовой политики с учетом созданной ценности для потребителей.
	ФЛП Мироненко, ООО «Изобилие»	Оборонительная  (предприятию не хватает конкурентоспособности продукции и финансовых средств)	1. Повышение качества товаров. 2. Оптимизация товарного ассортимента. 3. Разработка программы мероприятий по стимулированию сбыта. 4. Разработка плана повышения привлекательности имиджа предприятия.

Таким образом, рекомендованные проактивные меры позволят исследуемым предприятиям минимизировать негативное влияние рыночных факторов и завоевать устойчивые конкурентные преимущества.

Для характеристики реализации стратегии средних предприятий была проведена оценка степени достижения стратегических целей исследуемых предприятий. На основании результатов проведенной оценки была разработана иерархия стратегических целей (таблица 2).

Таблица 2 - Рекомендуемая иерархия стратегических целей для исследуемых предприятий

Виды стратегий	ООО «Булкофф»	ООО «Свежесть»	ФЛП Мироненко	ООО «Изобилие»
1	2	3	4	5
Корпоративная стратегия	Увеличить долю ключевых клиентов на 6%.	Расширить географический рынок сбыта продукции.	Снизить издержки производства на 3%.	Повысить уровень рентабельности на 4%.
Стратегия позиционирования	Перепозиционирование на основе класса продукта.	Перепозиционирование на основе культурного символа продукта.	Перепозиционирование на основе соотношения «цена-качество».	Перепозиционирование на основе экономической выгоды для покупателя.
Товарная стратегия	Расширение ассортимента за счет производства товаров премиум-класса.	Сбалансировать товарный ассортимент. Ликвидировать неприбыльные группы товаров.	Сбалансировать товарный ассортимент. Ликвидировать неприбыльные группы товаров.	Сбалансировать товарный ассортимент.
Ценовая стратегия	Скорректировать ценовую политику с учетом ценности товара для покупателя.	Разработать программу ценового стимулирования потребителей.	Разработать программу ценового стимулирования потребителей.	Адаптировать ценовую политику в соответствии с ситуацией на рынке.
Сбытовая стратегия	Увеличить объем сбыта на 55%.	Увеличить объем сбыта на 30%. Оптимизировать структуру каналов распределения.	Увеличить объем сбыта на 25%. Повысить эффективность организации сбытовой сети.	Увеличить объем сбыта на 25%. Повысить эффективность организации сбытовой сети.
Коммуникационная стратегия	Разработать программу коммуникаций онлайн. Сформировать работу с рекламациями потребителей как отдельный бизнес-процесс.	Повысить уровень осведомленности потребителей о предприятии и ассортименте товаров. Разработать программу коммуникаций онлайн.	Повысить уровень осведомленности потребителей о предприятии и ассортименте товаров. Разработать программу коммуникаций онлайн.	Повысить уровень осведомленности потребителей о предприятии и ассортименте товаров. Разработать программу коммуникаций онлайн.

Виды стратегий	ООО «Булкофф»	ООО «Свежесть»	ФЛП Мироненко	ООО «Изобилие»
1	2	3	4	5
Стратегия управления персоналом	Повышение квалификации персонала путем обеспечения маркетинговой подготовки. Разработка программ обучения и найма персонала на принципах геймификации.	Повышение квалификации персонала путем обеспечения маркетинговой подготовки. Разработка программ обучения и найма персонала на принципах геймификации.	Повышение квалификации персонала путем обеспечения маркетинговой подготовки. Разработка программ обучения и найма персонала на принципах геймификации.	Повышение квалификации персонала путем обеспечения маркетинговой подготовки. Разработка программ обучения и найма персонала на принципах геймификации.

Таким образом, учитывая практику стратегического управления отечественными средними предприятиями (ограниченные знания управленцев о стратегическом планировании, использование устаревших подходов и инструментов управления), для устойчивого развития среднему бизнесу целесообразно разработать интегрированную систему стратегического управления, основанную на принципах предпринимательского маркетинга как методологической основы принятия управленческих решений в области стратегического планирования, организации, мотивации и контроля.

Список использованных источников:

1. MBA Knowledge Base [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mbaknol.com/strategic-management>
2. Эванс Воган. Ключевые стратегические инструменты [88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер] [Электронный ресурс] – Режим доступа: <HTTPS://ECON.WIKIREADING.RU/67721>

Строкина Л.А., ст. преп.,  
Гафарова Л.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### **ПЛАНИРОВКА ТОРГОВОГО ЗАЛА: ВИДЫ И ЗНАЧЕНИЕ В МЕРЧАНДАЙЗИНГЕ**

Успех планировки торгового зала зависит от того, насколько грамотно подобрано и спланировано торговое помещение, зависит, будет ли пребывание в вашем магазине комфортным для посетителей. Основное правило заключается в следующем: чем удачнее планировка магазина, тем больше времени проведут в нем покупатели, и тем выше будет уровень продаж.

Вопросами планирования торговых залов в мерчандайзинге занимались такие авторы: Бланк И.К., Дашков Л.П., Памбухчянц В.К., Замуруева

Е., Ключкова, М.Г., Куликов, П., Максимкина Е.А., Николаева Т. П., Парамонова Т., Прохорчук Е.Ю., Сазонова О.П., Серов, Г [1].

Целью работы является исследования видов планировки торговых залов и их значения в мерчандайзинге.

Идеальным решением для магазина является помещение квадратной или прямоугольной формы. Главное, чтобы прямоугольник не был слишком вытянутым: оптимальным считается соотношение сторон 2:3 или 1:2 при высоте потолка 3,3 м. Чем проще форма торгового зала, тем он эффективней и функциональней. И все внимание покупателя обращено на товар.

Помимо формы помещения на удобство магазина влияет способ размещения торгового оборудования. Планировка торгового зала может быть линейной («решетка»), боксовой («петля»), выставочной или произвольной. Выбор расстановки зависит от профиля торговли, ценового сегмента и особенностей целевой аудитории [2].

В мерчандайзинге есть правило «золотого треугольника» (рис.1), согласно которому при планировании магазина нужно задействовать следующие точки торгового зала: вход, самый продаваемый товар и кассу. Эти точки образуют вершины «золотого треугольника», и чем больше пространства оказывается внутри треугольника, тем выше объем продаж в магазине.

При планировке по правилу «золотого треугольника» получается, что покупателю, зашедшему, например, в продуктовый магазин за хлебом, нужно пройти через весь торговый зал. По пути к нужному товару он может что-нибудь купить. Затем, взяв нужный товар и отправившись к кассе, он может приобрести что-нибудь еще. В итоге покупает больше, чем планировал [3].

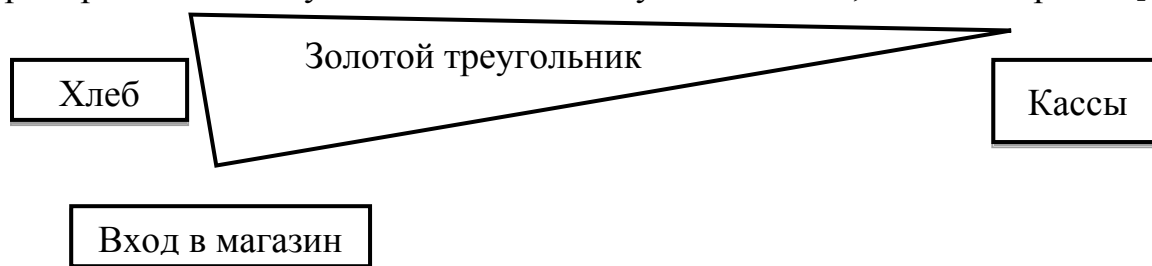


Рисунок 1 - «Золотой треугольник»

Рассмотрим все виды планировки торговых залов (таблица 1).

Таблица 1 - Виды планировки торговых залов

Название	Краткая характеристика	Преимущества	Недостатки	Пример магазина
1. Линейная «решетка»	Планировка по данному принципу предусматривает линейное размещение прилавков и стеллажей, отделенных проходами. Большинство продмагазинов организовано именно так.	Эффективное использование торговых площадей и хороший обзор зала.	Быстро утомление посетителей из-за прилавков выстроенных в одну линию.	«Рамстор».

Продолжение табл.1

Название	Краткая характеристика	Преимущества	Недостатки	Пример магазина
2.Боксовая «петля»	Торговый зал разбивается на секции, изолированные друг от друга. Торговое оборудование размещается так, что образует своего рода петлю, направляя посетителей по нужному маршруту и заставляя их обойти весь магазин.	Внимание посетителей не снижается, и они совершают больше импульсных (незапланированных) покупок.	Покупателям сложно двигаться в обратном направлении, так как приходится идти навстречу основному потоку.	Магазины «ИКЕА».
3. Выставочная планировка	Стеллажи или прилавки, размещенные вдоль стен, дополняются островами с сопутствующим торговым оборудованием.	Не только привлекает внимание посетителей магазина, но и предоставляет свободный доступ к товару, позволяя осмотреть его со всех сторон.	Требует много выставочного пространства.	В пригороде Москвы, Химках, открыт новый мебельный супермаркет «Икеа». Его площадь — 28 тыс. кв. метров.
4. Произвольная планировка	Произвольный тип планировки идеален для небольших магазинов и бутиков.	Нет системности в расстановке торгового оборудования и движение покупателей по залу спонтанно и естественно.	Зачастую требуется дизайнерский подход.	Бутик «Cartier», расположенный на Кузнецком мосту, в галерее Лувр.

## Список использованных источников:

1. Теоретические основы мерчандайзинга / [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/3073156/>

2. Мерчандайзинг как способ продвижения товаров / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/168806/merchandayzing-kak-sposob-prodvizheniya-tovarov>

3. Типы планировки торгового зала / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://xreferat.com/53/2019-1-tipy-planirovki-torgovogo-zala-process-vydeleniya-mesta-pod-otdely-i-razmeshenie-tovarov.html>

## **ВИТРИНИСТИКА: СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ В МАРКЕТИНГОВОМ УПРАВЛЕНИИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

XXI век можно охарактеризовать бурным развитием информационных технологий, что бросило вызов традиционным магазинам, в связи с чем конкурировать с электронной коммерцией им становится всё сложнее. Поэтому очень актуальным становится использование новых методов привлечения покупателей таких как визуальный мерчендайзинг и витринистика, основная задача которых, заключается в том, чтобы привлечь покупателя с помощью витрин и чтобы ему было комфортно находиться в данном магазине. Все это создано для того, чтобы пространство магазина помогало ему оставаться в нем как можно дольше и совершать как можно больше покупок с наиболее яркими впечатлениями.

Вопросами витринистики занимались такие авторы как, Болкунова Е.Н., Гузелевич Н.Ю., Маркус С., Морган М., Нотаристефано Л., Сидоров П.А. и другие.

Целью работы является исследование сущности и значения витринистики в современной торговле.

Немаловажный аспект применения современных технологий заключается в том, что на первое место выходит персональный опыт каждого конкретного потребителя, поэтому всё большей популярностью пользуются интерактивные технологии, вовлекающие потребителя в процесс общения и взаимодействия. Всевозможные интерактивные витрины, 3D-демонстрации, тачскрины, дополненная реальность и т.д., всё это влияет на технологии ВМ, причем со всё большей скоростью [1].

Витринистика — прикладная современная дисциплина, которая анализирует и группирует подходы к созданию «продающих» витрин. Следует отметить именно слово «продающих», поскольку можно сказать, что витрина — это один из наиболее важных инструментов маркетинга для любого розничного бизнеса, это элемент визуального мерчендайзинга [2].

На первом месте в витринистике стоит задача изучения маркетингового обоснования организации витрины магазина, как инструмента продвижения товара.

Главная задача специалиста по витринистике — с помощью витрин и внутреннего оформления магазина передавать потенциальным покупателям своего рода послание с призывом зайти именно в этот магазин и что-либо приобрести в нем.

Удачно оформленные витрины помогают покупателю ориентироваться в последних направлениях моды, учат их правильно подбирать различные элементы своего образа, сервировать стол, украшать квартиру и т. п. [3].

С помощью витрин покупатели также узнают о дополнительных услугах, которые предоставляет данное торговое предприятие.

К тому же, витрины украшают и улицы городов, являются их основным элементом. Они оживляют их, придают им красок и позитива, делают праздничными и нарядными. Ярко освещенные окна магазинов вместе с вывесками и световой рекламой служат колоритным вечерним оформлением современных городов и других населенных пунктов.

Если есть возможность и средства необычным образом оформить витрину в магазине, то, непременно, необходимо использовать данную возможность [3].

На Западе оформление витрин заинтересовались еще IX веке. Можно привести пример Джона Сэлфриджа, который основал одну из первых сетей универсальных магазинов. На следующее утро, после перелета через Ла-Манш, в витрине лондонского универмага Selfridge's был выставлен самолет, который данный перелет совершил. Данная задумка заинтересовала публику и собралась десятки тысяч людей, чтобы посмотреть на данное зрелище. О том, сколько средств было потрачено на то, чтобы воплотить данную идею в жизнь — неизвестно, понятно лишь, что сумма была не малой. Однако прибыль Selfridge's в тот день заметно возросла и, можно с уверенностью сказать, что в полной мере окупилась все затраты. И даже сегодня витрины данных универмагов можно приводить как примеры самых необычных и ярких [2].

В России же ситуация иная: специалистов в данной области довольно мало. Также, можно сказать о недостаточном количестве необходимой информации в сети. В связи с этим оформлением витрин в России занимаются либо сами владельцы магазинов, либо дизайнеры интерьера и флористы. В первом случае необходимого эффекта от оформленной витрины может и не быть вовсе, а втором — витрина будет яркой и интересной с точки зрения дизайна интерьера, но быть бесполезной в торговле.

Однако, можно привести пару примеров удачного оформления витрины и в России. Одним из таких примеров может быть бутик Ultima Ratio, который продает итальянскую одежду для мужчин в одном из торговых комплексов в Приморском районе Петербурга. Это сравнительно новый торговый комплекс, который отдален от центра города и в котором расположены магазины премиум-класса. Данные условия являются не самыми благоприятными для арендаторов.

Специалистами по витринистике была предложена следующая идея: заднюю часть витрины сделать в виде итальянского флага. Для данной задумки использовалось множество маленьких квадратных кусочков бумаги трех цветов, похожих на офисные стикеры для записей. Это было довольно оригинально и не потребовало больших затрат. Также специалисты решили показать преимущества товара, для этого была выбрана самая оригинальная модель — куртка-трансформер, которая из привычного элемента одежды легко

превращается в маленькую подушку, и на витрине воплотили в жизнь концепцию застывшего движения. То есть показали ее в трех состояниях: подушки, куртки и промежуточного варианта трансформации из первого во второе [2].

Еще один интересный пример – это витрина салона красоты для собак «Собачья жизнь». Здесь специалисты по витринистике столкнулись с несколькими ключевыми проблемами: Во-первых, услуги, которые предлагает салон, довольно нестандартные; во-вторых, местоположение салона далеко не самое выгодное; и в-третьих, витрины у салона небольшие (точнее, их высота почти три метра, но вот ширина — всего метр). Чтобы витрина была привлекательной и обращала внимание прохожих на салон, была предложена довольно простая идея: спящая собака, которой снится шикарная собачья жизнь. Выглядело это следующим образом: в витрине выложены мягкие подушки, на которых сладко спит маленькая собачка. А над ней парят картины того, что ей снится, а именно — приятные процедуры в салоне, товары, которые предложены в магазине и т.д. Фишка заключалась в том, что использовалась так называемая дышащая игрушка, поэтому складывалось впечатление, что собачка вполне живая [2].

Удачно оформленные витрины безусловно благоприятно влияют на имидж организации, а в следствии этого и на повышение продаж. Поэтому вполне целесообразно поднимать уровень оформления витрин и в Донецкой Народной Республике.

Требования покупателей постоянно возрастают и становятся сложнее воздействовать на их мышление, чтобы заставить купить товар [2]. Современное и яркое оформление витрин непременно будет способствовать развитию магазинов Республики.

Прежде всего, необходимо подготовить специалистов по витринистике и объяснить предпринимателям для чего необходимо креативное оформление витрины, собрать всю необходимую информацию и показать эффективность витринистики на реальном примере. Можно начать с небольших и не очень популярных магазинов, которые предлагают интересные и необычные товары или услуги. Потребность в креативных витринах будет расти, потому что конкуренция увеличивается, следовательно, покупатель пресыщается. Следует создать портал, где будет собрана вся необходимая и интересная информация с яркими и удачными примерами.

Таким образом, можно сделать вывод, что витринистика играет немаловажную роль в современной торговле. Поэтому современным магазинам необходимо больше внимания уделять данному вопросу. Это поможет привлечь новых покупателей и, тем самым, увеличить прибыль.

Список использованных источников:

1. История визуального мерчендайзинга / [Электронный ресурс] – URL: <http://vitrinistika.livejournal.com/10149.html>

2. Витринистика – это актуально. Влияние пространства на человека / [Электронный ресурс] – URL: <http://www.upakovano.ru/interviews/342>

3. Витринистика. Построение витрин / [Электронный ресурс] – URL: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/vitrinistika.html>

## СЕКЦИЯ 8. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Бондаренко И.С., к.э.н., доц.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

### РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Туризм провозглашен феноменом XX столетия, а в начале XXI века он фактически стал одним из ведущих направлений социально-экономической и культурной жизни большинства стран мира. Таким образом, изучение столь всеобъемлющего явления чрезвычайно актуально, особенно в современных условиях стремительных темпов развития туризма, его секторов, видов и форм, появления и распространения новых туристских реалий.

Согласно Отчету ВТО за 2017 г. «Основные моменты» [2], в 2016 году Европа приняла 616 млн. международных туристов, что составляет 50% мирового объема. Доходы от международного туризма в Европе выросли на 1% в реальном выражении и составили 447 млрд. долл. США (табл. 1) [2].

Таблица 1 – Региональная структура международного туризма

Регион мира	Международные туристические прибытия						Объем поступлений от международного туризма			
	Количество, млн. чел.			Прирост, %			Объем, млн. долл. США			Доля, %
	2010	2015	2016	15/14	16/15	2016	2010	2015	2016	2016
<b>ЕВРОПА</b>	<b>489,0</b>	<b>603,7</b>	<b>616,2</b>	<b>4,8</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>	<b>411,9</b>	<b>449,6</b>	<b>447,3</b>	<b>100,0</b>
Северная Европа	62,8	75,4	80,2	6,5	6,4	13,0	59,5	77,3	74,6	15,9
Западная Европа	154,4	181,4	181,5	3,5	0,0	29,4	142,3	145,8	145,3	32,5
ЦВЕ	98,5	121,4	126,0	5,4	3,8	20,5	48,3	50,4	52,6	11,8
Южная Европа	73,3	225,5	228,5	4,9	1,3	37,1	161,7	176,1	174,7	39,1
<b>АЗИЯ И ОКЕАНИЯ</b>	<b>208,1</b>	<b>284,0</b>	<b>308,4</b>	<b>5,4</b>	<b>8,6</b>	<b>100,0</b>	<b>250,3</b>	<b>349,4</b>	<b>366,687</b>	<b>100,0</b>
Северо- Восточная Азия	111,5	142,1	154,3	4,3	8,6	50,0	123,0	167,1	168,9	46,1
ЮВА	70,5	104,2	113,2	7,4	8,6	36,7	68,5	108,5	117,2	32,0
Океания	11,4	14,3	15,6	7,6	9,4	5,1	44,2	42,3	46,7	12,7
Южная Азия	14,7	23,4	25,3	2,3	7,8	8,2	29,8	31,6	33,8	9,2
<b>АМЕРИКА</b>	<b>150,1</b>	<b>192,7</b>	<b>199,3</b>	<b>5,9</b>	<b>3,5</b>	<b>100,0</b>	<b>215,3</b>	<b>305,6</b>	<b>313,2</b>	<b>100,0</b>
Северная Америка	99,5	127,5	130,5	5,5	2,4	65,5	225,9	239,7	243,7	77,8
Карибские острова	19,5	24,1	25,2	8,1	4,7	12,7	26,7	28,5	30,2	9,7
Центральная Америка	7,8	10,2	10,7	6,8	4,9	5,4	10,6	11,4	12,2	3,9
Южная Америка	23,2	30,8	32,8	5,9	6,6	16,5	25,7	26,1	27,0	8,6
<b>АФРИКА</b>	<b>50,4</b>	<b>53,4</b>	<b>57,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>8,1</b>	<b>100,0</b>	<b>31,2</b>	<b>32,8</b>	<b>34,8</b>	<b>100,0</b>
Северная Африка	19,7	18,0	18,6	-12,0	3,5	32,2	11,0	8,9	9,1	26,3
Африка к югу от Сахары	30,7	35,4	39,2	2,4	10,5	67,8	25,5	23,9	25,6	73,7

В Центральной и Восточной Европе число прибывших увеличилось на 4% и составило 126 млн. человек. Многие направления продемонстрировали рост: Грузия (+19%), Словакия (+17%), Болгария (+16%), Румыния и Литва (по +11%). Венгрия и Украина зафиксировали рост прибытий на 7%. Однако, в Российской Федерации напротив наблюдалось снижение прибытий (-9%). Размер поступлений от международного туризма составил 52,605 млн. долл. или 11,8% региона.

В Южной и Средиземноморской Европе рост составил 1%, несмотря на то, что многие страны данного региона продемонстрировали значительное увеличение количества международных туристских прибытий (Португалия (+13%), Испания (+10%) и Хорватия (+9%)). Размер поступлений от международного туризма составил 174,739 млн. долл. или 39,1% региона.

Результаты в Западной Европе (0%) в 2016 г. были довольно неоднозначными, причиной этому явились состоявшиеся теракты, которые в значительной степени снизили уровень доверия населения планеты системе национальной безопасности стран данного региона.

Азиатско-Тихоокеанский регион зарегистрировал 308 млн. международных туристов в 2016 году, или 9%-ный рост. На Азиатско-Тихоокеанский регион приходится 25% международных прибытий и 30% поступлений. Во всех субрегионах АТР были достигнуты высокие результаты: Северо-Восточная и Юго-Восточная Азия, Океания (+9% соответственно), Южная Азия (8%). Размер поступлений от международного туризма составил: в Северо-Восточной Азии 168,941 млн. долл. или 46,1% региона; Юго-Восточной Азии – 117,189 млн. долл. и 32%; Южной Азии – 33,847 млн. долл. и 9,2%; Океании – 46,710 млн. долл. и 12,7%.

В 2016 году международные туристские прибытия в Америку выросли на 7 миллионов (+3%) и составили 200 млн., что эквивалентно 16% общемировой показателя. Спрос на поездки оставался высоким, несмотря на опасения заражения вирусом зика в некоторых направлениях. Согласно анализу, проведенного по субрегионам данного региона, наибольший рост наблюдался в Южной Америке (+7%), Центральная Америка и Карибские острова продемонстрировали рост в 5% каждый, наименьшее значение данного показателя у Северной Америки (+2%). Размер поступлений от международного туризма составил: в Южной Америке 27,026 млн. долл. или 8,6% региона; Центральной Америке – 12,234 млн. долл. и 3,9%; Северной Америке – 243,723 млн. долл. и 77,8%; на Карибских островах – 30,232 млн. долл. и 9,7%.

Африка приветствовала 58 млн. международных туристов в 2016 году (5% от мирового объема), заработав 35 млрд. долл. и увеличив поступления от международного туризма на 3%. Наибольший рост в данном регионе продемонстрировала Субсахарская Африка (+10%), благодаря упрощению государством визовых процедур. Кения (+17%) и Танзания (+16%), Мадагаскар (+20%), Кабо-Верде (+15%), Маврикий (+11%) и Сейшельские острова (+10%) также продемонстрировали двузначный рост. Размер поступлений от

международного туризма составил: в Северной Африке 9,139 млн. долл. или 26,3% региона; Субсахарной Африке – 25,637 млн. долл. и 73,79%.

В 2016 году по оценкам ВТО, международные туристские прибытия на Ближний Восток снизились на 4%. Регион приветствовал 54 миллиона международных туристов, выручка от туризма составила 58 млрд. долл. или 5% региона. Странами-лидерами Ближнего Востока по росту международных туристских прибытий стали Ливан и Оман (+11%). В Объединенных Арабских Эмиратах рост составил 5%. Среднее значение данного показателя по региону - 4%. Спад был вызван резким снижением данного показателя в Египте (-42%) по причине произошедших терактов. Размер поступлений от международного туризма на Ближнем Востоке составил 57,595 млн. долл. Таким образом, наиболее привлекательным для туристов является Азиатско-Тихоокеанский регион, также следует предположить на ближайшую перспективу рост международных туристских пребываний именно в этот регион.

Список использованных источников:

1. Механизм функционирования мировых рынков: монография / А.А. Семенов [и др.] – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – 290 с.
2. World Tourism Organization (2016), UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, 2016. doi: 10.18111/9789284418145.
3. World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2016.

Колос И.В., ст. преп.,  
Ефименкова М.С., Чайкина А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ИНДИКАТОРЫ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА КАКАО-БОБОВ**

Какао-бобы – главный сырьевой материал для изготовления шоколада и неотъемлемый элемент в пищевой индустрии: тертое какао и какао-масло – основное сырье при изготовлении шоколадных продуктов; какао-порошок – очень популярен в хлебопекарном и молочном секторе производства.

Натуральный объем мирового рынка какао-бобов составляет около 3 млн. тонн в год и, в последнее время, подвержен существенному влиянию конъюнктурных изменений в основном районе их производства – на западе Африки (более 70 %). Одними из основных поставщиков в данном регионе являются Кот-д'Ивуар (40 %) и Гана (18-20) [1].

Наряду с высокой долей производства стран западной Африки на ведущих ролях находятся следующие государства: Индонезия – лидер вращивания какао-бобов в АТР, на которого приходится около 18% от мирового урожая; Бразилия и Эквадор – лидеры по производству и реализации какао-бобов в Южной и Центральной Америке с долей в 13 % от мирового урожая. Анализ последнего десятилетия показал, что на территории Бразилии

отмечается значительный упадок в изготовлении какао. По этой причине значительную часть какао-бобов Бразилия направляет исключительно на нужды внутреннего рынка [2].

Последние 5 лет на мировом рынке какао-бобов отмечается высокий уровень волатильности цен с пиковым показателем цены в 2600 фунтов стерлингов за метрическую тонну. Подобная ситуация сложилась в силу политического кризиса в ведущих странах-экспортерах какао-бобов. В настоящее время, благодаря стабилизации политической обстановки, в мировых производственных центрах какао-бобов, цена за 1 тонну стабилизировалась на уровне 1780 фунтов стерлингов [3].

Далее рассмотрим фьючерс на какао за 2018 г. на Лондонской бирже (рис. 1).



Рис. 1. – Фьючерс на какао за 2018 года на Лондонской бирже [3]

Важно также рассмотреть индикаторы фьючерса на какао на Лондонской бирже за 2018 год (табл. 1).

Таблица 1 – Показатели фьючерса на какао за 2018 года на Лондонской бирже

Показатели	Значение
Предыдущее закрытие	2.267
Месяц	Декабрь 2018
Размер тика	1
Открытие	2.265,5
Размер контракта	10 метр. тонн
Стоимость тика	10
Дневной диапазон	2.248-2.342
Тип расчетов	Поставочный
Тикер	CC
52 недель	1.800-2.914
Расчетный день	13.12.2018
Цена пункта	1 = £8,2
Изменение за год	9,95%
Дата последнего перехода на новый контракт	19.08.2018

Исходя из табл. 1 можно сделать следующие выводы, что стоимость какао на Лондонской бирже составляет на сегодняшний день 2.267 фунтов, размер контракта 10 тонн. Цена одного пункта составляет 8,2 фунта стерлингов, а стоимость тика – 10 фунтов. В среднем цена в день колеблется от 2.248 до 2.342 фунта. Тип расчетов поставочный с годовым изменением в 9,95%.

Фьючерсные договоры на какао на современном этапе демонстрируют высокую степень устойчивости. Однако, согласно сведениям, ИССО (Международная организация по какао) в 2019 г., в связи с рекордными урожаями, предложение какао-бобов превысит рыночный спрос, что вернет нестабильность на данный рынок [4].

Список использованных источников:

1. Дробница И.К. Мировая какао-индустрия и ее иерархия / И.К. Дробница // БИКИ. – 2017. – № 2.
2. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fao.org>.
3. Глобальный финансовый портал Investing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com>.
4. Международная организация по какао (МОКК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.icco.org/>.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Горелова А.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Изучение особенностей функционирования и развития мирового рынка здравоохранения актуально, поскольку для всех стран мира важны аспекты, которые связаны с улучшением качества жизни людей. Исследованием данного вопроса занимались многие отечественные и зарубежные ученые: Н.С. Григорьева, А.И. Деханова, В.Е. Комаров, Е.Н. Лозовая, А.А. Мальцев, Н. Роуз, Р. Смит, В.И. Стародубов, В.Д. Улановская, А. Уолберг, А.О. Фечина, М. Хоровиц М., Н.А. Шведова, И.М. Шейман и др. Однако исследуемая тема раскрыта не в полном объеме и требует дальнейшего изучения. Целью работы является исследование особенностей функционирования мирового рынка здравоохранения. Задачи: 1) изучить общие особенности функционирования мирового рынка здравоохранения, современное состояние и структуру исследуемого рынка; 2) рассмотреть влияние глобализационных процессов и технологий на мировой рынок здравоохранения.

Рынок здравоохранения является составляющей мирового рынка (10 % мирового валового продукта в 2017 г.) [1, с. 98]. Рассматривая структуру

мирового рынка здравоохранения, необходимо отметить, что выделяется 3 сегмента: 1) товарный (препараты и медтехника); 2) сегмент услуг (образовательные и медицинские (неотложная помощь, лечение заболеваний и их профилактика); 3) инновационный (научные исследования, патенты, нововведения) [2, с. 103]. В 2017 г. доля медицинских услуг составляла около 79 % мирового рынка здравоохранения, лекарственных средств – 11 %, инноваций – 7 %, медтехники – 2,3 %, образования – 0,7 % [3].

Основными регионами исследуемого рынка по данным Всемирной организации здравоохранения являются следующие: Африка, Америка, Юго-Восточная Азия, Европа, Восточное Средиземноморье и Западно-Тихоокеанский регион. В 2017 г. наивысший показатель текущих расходов на здравоохранение имели Европейский (8,1 % от ВВП) и Западно-Тихоокеанский (7,1 % от ВВП) регионы. В Юго-Восточной Азии расходы на здравоохранение в 2017 г. составляли 4,5% от ВВП, что является самым низким показателем среди всех регионов [3].

Индекс здравоохранения оценивает не только качество системы здравоохранения в общем, но и учитывает стоимость услуг, качество оборудования, работы врачей и персонала. В мировом рейтинге по наиболее качественным системам здравоохранения в 2017 г. занимали ведущие позиции Южная Корея (83,2) и Нидерланды (82,5), а низкие показатели индекса здравоохранения наблюдаются у Венесуэлы (36,9) и Бангладеша (43,49) [3].

Глобализация оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на мировой рынок здравоохранения. Наиболее существенные факторы глобализационного влияния следующие: научно-техническое сотрудничество, развитие инновационного процесса в сфере здравоохранения, развитие международного медицинского туризма в развитых и развивающихся странах (более высокая доступность медицинских услуг в других странах) и, как негативный результат, отток медицинского персонала в более развитые страны, соответственно, более низкий показатель научных открытий [4, с. 61].

Рассматривая влияние технологий на мировой рынок здравоохранения, можно выделить 3 группы инструментов, которые в основном характеризуют развитие инновационного процесса в сфере здравоохранения: 1) коммуникационные технологии (интернет, телемедицина, облачные платформы); 2) информационные системы (автоматизация и компьютеризация, внедрение искусственного интеллекта); 3) медоборудование и препараты (нанотехнологии, роботизация, биопрепараты нового поколения). Эти элементы достаточно широко используются в развитых странах и постепенно начинают внедряться в развивающиеся, что отражает положительное влияние инновационного процесса [5, с. 9].

Таким образом, исследование мирового рынка здравоохранения позволило сформулировать следующие выводы: существуют 3 сегмента в структуре рынка: товарный, инновационный и сегмент услуг; наиболее высокий индекс здравоохранения имеют Южная Корея и Нидерланды, наиболее низкий – Венесуэла и Бангладеш; развитие инновационного процесса

в сфере здравоохранения и его влияние связано с глобализацией, как её положительный результат; негативным последствием глобализации является отток медперсонала, что сказывается на развитии системы здравоохранения и может быть рассмотрено в дальнейших исследованиях.

Список использованных источников:

1. Шведова, Н.А. Страхование медицина и охрана здоровья матери и ребенка [Текст] / Н.А. Шведова // Экономика, политика, идеология. – 2013. – № 12. – С. 94–108.
2. Комаров, В.Е. Социально-экономическая эффективность сферы услуг [Текст] / В.Е. Комаров, В.Д. Улановская. – М., 2014 – 197 с.
3. Библиографическая ссылка: The World Health Report: Global Health Observatory (GHO) data, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.who.int/gho/en/>
4. Мальцев, А.А. К методологии структурирования о оценке объемов мирового рынка медицинских услуг [Текст] / А.А. Мальцев, А.О. Фечина // Известия УрГЭУ. – 2015. – №5(43). – С. 61–65.
5. Лозовая, Е.Н. Мировые тенденции медико-технической индустрии [Текст] / Е.Н. Лозовая, А.И. Деханова. // Ремедиум. – 2015. – №7. – С. 8–12.

Кузьменко С.С., ст. преп.,  
Сазонова Ю.Р.

*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ АЛМАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ «АЛРОСА» В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Интенсивная конкуренция между производителями алмазов была сформирована в результате функционирования вертикально интегрированных организаций, которые влияют на структуру и тенденции развития алмазного рынка. Актуальность темы связана с глобализацией, которая в настоящее время является составляющей каждой сферы деятельности, проблемой ограниченности ресурсов, обеспечением эффективного функционирования компании в условиях санкций США против России. Цель работы – исследование особенностей развития российской алмазодобывающей компании «АЛРОСА» в условиях глобализации. Задачи: определить приоритетные векторы деятельности компании «АЛРОСА» в условиях глобализации; исследовать динамику мировой добычи алмазов в 2015-2017 гг.; сформулировать приоритетные направления сотрудничества исследуемой российской алмазодобывающей компании с основными мировыми партнёрами в условиях глобализации.

«Алроса» является ведущей мировой алмазодобывающей компанией с запасом в 1 млрд. карат. Ресурсная база рассчитана на добычу в течение 25-30 лет (при отсутствии новых месторождений). Компания продает 70 %

необработанных алмазов 56 российским и зарубежным клиентам на долгосрочной основе в ALROSA ALLIANCE, 30 % реализуются на спотовом рынке. Российская горнодобывающая компания содействует развитию прозрачной и конкурентной торговли алмазами на основе устоявшихся отношений со Всемирным алмазным центром Антверпена. Их сотрудничество базируется на обсуждении вопросов, связанных с Кимберлийским процессом, созданным по причине борьбы с торговлей нелегально добытыми алмазами, обмену мнениями о развитии алмазодобывающей отрасли, сотрудничестве в области формирования и гармонизации законодательной базы для ведения бизнеса. Торговля между Антверпеном и АЛРОСА составляет более 2 млрд. долл. в год, поэтому около 50% объема добычи продается в Бельгию [1; 2].

В 2017 г. компания произвела 39,6 млн. карат – рекорд постсоветского периода производства, начиная с 1990 г., и добыла 2 уникальных цветных алмаза: розовый бриллиант весом 27,85 карат и желтый бриллиант весом 34,17 карат – самые дорогие алмазы, произведенных за всю историю добычи алмазов в России и в Советском Союзе. Несмотря на рекордный уровень производства, финансовые результаты компании не достигли ожидаемого уровня. Прибыль компании в 2017 г. снизилась в 1,7 раза до 78,6 млрд. руб. по сравнению с показателями 2016 г. (133,5 млрд. руб.). Показатель EBITDA также снизился, и составил 127 млрд. руб., что на 28 % меньше, чем в 2016 г. Снижение средней цены на алмазы, проданных на мировом рынке, и укрепление рубля, по мнению руководства «АЛРОСА» стали причиной невысоких финансовых показателей компании [1].

В 2018 г. в ходе исследования организации Transparency International «Открытость корпоративной отчетности» российская компания «АЛРОСА» вошла в Top10 компаний отрасли с самым высоким показателем прозрачности. Одним из важнейших приоритетов деятельности субъекта хозяйствования является прозрачность, которую он укрепил. По критерию «Антикоррупционные документы» компания достигла максимального результата (92 %). Мировой алмазодобывающий лидер руководствуется антикоррупционной политикой, придерживается внутренних этических документов, которые находятся в публичном доступе. В соответствии с Transparency International–Россия, компания также показала высокий результат в «Организационной прозрачности» (75 %). Индикатор оценивает полноту и достоверность раскрытия информации о дочерних компаниях и связанных с ними структурах. Компания «АЛРОСА» посвящает определённое внимание снижению затрат, внедрению инновационных технологий, а также программам импортозамещения. Используя отечественные масла и смазочные материалы, она активно применяет отечественные насосы, заменяет американские грузовики производства Caterpillar Inc. белорусскими БелАЗами. В марте 2018 г. российский лидер горнодобывающей отрасли презентовал свой первый коммерческий прибор отечественного производства, который позволяет опоздать синтетические и природные бриллианты – ALROSA Diamond Inspector. Преимуществом портативной машины является сравнительно низкая

цена в сочетании с высокой точностью, которая поможет выявить недобросовестных поставщиков, смешивающими синтетические камни с природными алмазами. Компания ожидает, что устройство будет пользоваться спросом как в России, так и за рубежом [1; 2].

Согласно статистическим данным UNCTADstat и «АЛРОСА» (рис. 1), в 2017 г. доля компании в структуре мировой добычи алмазов составила более 30 % (4,4 млрд. долл.). Доля группы алмазодобывающих компаний «АЛРОСА» в добыче полезных ископаемых увеличилась на 0,8 млрд. долл. по сравнению с 2016 г. Рассмотренные показатели свидетельствуют о том, что компания улучшает свои позиции независимо от глобальной ситуации [3].

В 2018 г. АЛРОСА активизировала сотрудничество с первой горнодобывающей компанией в Анголе «Катока», которая начала обширную добычу в 4 по величине месторождении алмазного сырья в мире – кимберлитовой трубке. Ожидаемый уровень инвестиций в геологоразведку в России составит 100 млн. долл. в год. В основном, обследования будут проводиться в Якутии и Африке. В сентябре 2018 г. компания увеличила продажи алмазно-бриллиантовой продукции на 9 %, в сравнении с аналогичными показателями 2017 г. Сумма реализации составила 340 млн. долл. «АЛРОСА» ставит перед собой задачу минимизировать уровень хранимых запасов, тем самым, увеличив оборачиваемость продукции [1; 4].

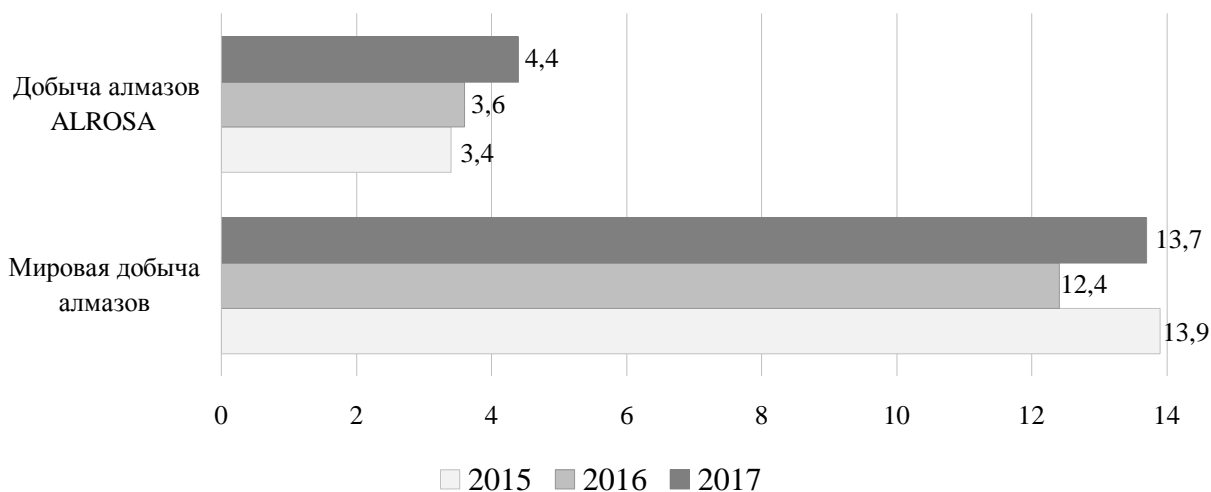


Рис. 1 – Динамика мировой добычи алмазов в 2015-2017 гг., млрд. долл., [1; 3]

Потенциальные проблемы, связанные с санкциями США, могут повлечь за собой глобальные последствия для всего международного рынка бриллиантов и алмазов, включая европейские алмазные биржи, в особенности в Бельгии и Великобритании, которые будут несопоставимы с негативным влиянием на отдельно взятую российскую компанию. Санкции в алмазном секторе нанесут удар по американским инвесторам, учитывая тот факт, что 1/2 рынка потребления алмазно-бриллиантовой продукции приходится на США [5].

Таким образом, российская алмазодобывающая компания «АЛРОСА» наращивает потенциал, увеличивает объем алмазного сырья в связи с текущей деятельностью и новыми проектами, внедряет инновационные технологии и активизирует международное сотрудничество. Стратегия развития мировой ведущей горнодобывающей компании сосредоточена на основном бизнесе, поэтому компания намерена увеличить производительность до 41 млн. карат к 2019 г. и более, что имеет интерес в перспективе и является задачей дальнейших исследований.

Список использованных источников:

1. Библиографическая ссылка: Official website of the ALROSA [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eng.alrosa.ru/>
2. Библиографическая ссылка: Official website of the Transparency International [Электронный ресурс]. URL: <https://www.transparency.org/>
3. Библиографическая ссылка: UNCTADstat: World Statistical Database [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unctad-stat.unctad.org/>
4. Библиографическая ссылка: Official website of the Antwerp Diamond Bourse [Электронный ресурс]. URL: [www.diamondbourseantwerp.com/](http://www.diamondbourseantwerp.com/)
5. Библиографическая ссылка: Official website of the World Federation of Diamond Bourses [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wfdb.com/>

Охрименко И.Ю., ассистент,  
Иванченко А.Я.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

На сегодняшний день функционирование российской экономики осуществляется главным образом через рынок труда, где осуществляется подбор и поиск опытных и наиболее перспективных специалистов для работы в стремительно развивающихся областях экономики. В связи с этим, изучение особенности функционирования российского рынка труда в современных условиях сегодня крайне актуальна.

Целью исследования является анализ особенностей функционирования российского рынка труда в современных условиях, а также разработка рекомендаций относительно государственного регулирования рынка труда.

Изучением проблематики функционирования российского рынка труда в современных условиях занимались известные отечественные экономисты: С.Г. Струмилина, Н.А. Цаголова, П.Г. Бунича, Г.С. Лисичкина, Рощин С.Ю., Разумова Т.О., Михалкина Е.В. Однако, некоторые аспекты данной проблемы были раскрыты недостаточно полно и требуют дальнейшего изучения.

Полноценный рынок труда формируется под воздействием определенных факторов, которые формируют единство экономики всей страны и её

отдельных подсистем. В связи с активным экономическим развитием РФ происходит изменение требований к рабочей силе. В стране происходит развитие производственной мощи, а значит требуется повышенный уровень квалификации рабочей силы, их профессиональной и общеобразовательной подготовке. По своей сути рынок труда - это место где осуществляются экономические связи между рабочей силой и работодателем на основе спроса и предложения, а также место где реализуются различные экономические и социальные интересы и правовое поле отдельных предприятий и рабочих;

Рынок рабочей силы регулирует: отношения между работодателями и людьми работающих на данных предприятиях; между руководителями предприятий и организациями, которые отстаивают права рабочей силы государства (профсоюзы, общественные организации); между субъектами рынка труда и государственными органами [2;1].

Рынок труда не может полноценно функционировать без создания соответствующей нормативно-правовой базы, которая устанавливается различными правовыми актами, налоговой системой, региональных и федеральных программ занятости. Также необходимо создание развитой инфраструктуры, ответственными лицами со стороны государства тут выступают государственные учреждения, пенсионные фонды, кадровые службы. Для этих целей создаётся множество новейших электронных баз и программного обеспечения, из федерального бюджета выделяются средства на покупку новейшего оборудования, все это находится на особом порядке контроля правительства страны.

На перспективы развития российского рынка труда оказывают влияние межхозяйственные связи, процессы общественного разделения труда, регенерация капитала. Функционирование рынка труда состоит из ряда особенностей: взаимосвязь товара и права собственности от владельца; заключение контракта на длительный срок, после заключение сделки предполагается продолжительное сотрудничество между работодателем и работником; влияние факторов независимых от денежного аспекта заключения сделки (условия труда, карьерный рост, перспективы развития компании); наличие государственных органов особого назначения, которые действуют в рамках конституционного права и законодательства; большой процент заключения персональных сделок [3].

Изучение проблематики функционирования рынка труда в РФ показала что, в период с 2010 по 2017 гг, наблюдалась тенденция роста занятости связанная с выполнением большого объема работ, но постоянная занятость попрежнему варьируются в пределах 1 - 2% от принятых на работу по найму. Общее увеличение количества непостоянно занятых происходит за счет двух групп работников. Наблюдается увеличение более чем в два раза числа работающих по срочным контрактам. При этом мы можем констатировать определённый рост в 2013 г., после чего численность занятых стабилизировалась в пределах 3,2 – 3,4 млн. человек. Показатель занятых по устной договоренности, число которых увеличивался каждый год на 2,5%.

Показатель приема на работу в результате достижения устной договорённости обеспечил почти половину (45%) непостоянной занятости в 2010 - 2017 гг. Необходимо понимать, что в данный период времени экономика государства находилась как на этапе подъема, так и неизбежного спада, вызванного множеством внешних факторов, в том числе и мировой политической ситуацией. Это конечно не могло не повлиять на рынок труда на территории страны [6,с.135; 5,с.77].

Полученные результаты свидетельствуют, что рынок труда в РФ не является стабильным и требует разработок дополнительных программ и реформирования. Государственная политика России в 2018 году будет направлена на создание правовых и институциональных норм для повышения эффективности занятости населения, а именно предполагается [4,с.237]:

- совершенствование законодательства Российской Федерации в рамках занятости населения;
- строгий контроль правительства за современной ситуацией на рынке труда;
- существенное видоизменение системы высшего образования;
- развитие рынков труда на федеральном уровне и уровне регионов государства;
- существенное выделение федерального бюджета на развитие кадрового потенциала страны;
- меры для увеличения в государстве процента иностранного капитала и рабочей силы;
- стимулирование роста экономической и гражданской позиции населения;
- увеличение и создание новых рабочих мест для граждан.

Полноценный национальный рынок труда формируется под влиянием ряда факторов, обеспечивающих единство как экономики страны в целом, так и отдельных ее подсистем. Как экономическое явление рынок труда возникает не сам по себе, а в силу наличия рыночных отношений в экономике и достижения определенного уровня их развития. Рынок труда как составная часть рыночной экономики представляет собой систему общественных отношений по согласованию интересов работодателей и наемной рабочей силы. Рынку труда свойственны следующие характеристики. Для полноценного функционирования российского рынка труда необходимо выполнить следующие рекомендации:

- \* разработать совокупность экономических связей между спросом и предложением рабочей силы;
- \* создать места пересечения различных экономических и социальных интересов и функций;
- \* закрепить на законодательном уровне поле взаимоотношений отдельного предприятия и его работников, потенциальных или фактических, но заинтересованных в переходе на новое место работы в пределах организации.

Список используемых источников:

1. Белокрылова, О.С., Михалкина Е.В. Экономика труда: Конспект лекций. – Ростов-на Дону: Феникс, 2010. – 154 с.
2. Обзор занятости в России. Вып. 1 (1991-2000 гг.). – М.: ГЕИС, 2012. – С. 14.
3. Основные показатели деятельности органов Государственной службы занятости РФ в январе-декабре 2014 года. Стат. сборник. – М.: Государственная служба занятости, 2014. – С. 4-5.
4. Рофе, А.И., Жуков А.Л. Теоретические основы экономики социологии труда: Учебник. – М.: МИК, 2017. – 254 с.
5. Рофе, А.И., Збышко Б.Г., Ишин В.В. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда. – М., 2016. – 111 с.
6. Рошин, С.Ю., Разумова Т.О. Экономика труда: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 146 с.

Пятаченко А.М., ассистент,  
Калышкина М.А.  
*ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк*

## **ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Одной из основных составляющих глобализации мировой экономики, являются финансовые инновации.

Финансовые инновации это методы, которые применяют субъекты хозяйствования для осуществления операций с новыми видами финансовых активов или новых операций с имеющимися активами для эффективного использования финансовых ресурсов [1].

Другими словами, финансовые инновации это набор новых финансовых инструментов и финансовых технологий. В зависимости от того, какие функции предстоит решать, различаются и задачи. Например, такая задача, как реализация товара или предоставление новых видов услуг, является важными показателями для субъекта финансового рынка.

Инновации, которые вводятся на мировом финансовом рынке, играют значительную роль для грамотного построения политики современного государства, как на микро, так и макро-уровнях [2].

Данная тема является особенно актуальной для Донецкой Народной Республики, так, как изучение инновационных процессов может помочь развивающейся экономике ДНР, ориентироваться на современные и наукоёмкие разработки и формировать конкурентоспособную экономическую систему.

На данном этапе в республике наблюдается усиление интереса и внимания ко всему, что связано с финансами. Однако современное состояние и перспективы инновационного развития можно охарактеризовать двойственно.

С одной стороны в Донецкой Народной Республике, регулярно проводятся международные форумы, касаемо «Инновационных перспектив Донбасса», где в очередной раз подчеркивается важность создания таких площадок, где встречаются как деятели научно-исследовательских институтов, так и инвесторы, для обсуждения различного ряда вопросов.

Однако также не следует забывать, что в настоящее время многие финансовые процессы находятся в трансформации, и ещё не пришли к единой системе.

Существующие и перспективные партнёрские отношения с Российской Федерацией во многом оказывающие влияние на политику поведения экономики ДНР.

Например, в ходе одной из конференций, был сделан акцент на технологию распределённого реестра (блокчейн) и современные криптовалюты.

Криптовалюта – одна из разновидностей электронной валюты, которая имеет существенные различия с известными нам платёжными системами, такими как WebMoney, PayPal, Qiwi [3].

Её особенность состоит в том, что это особый вид финансового актива, который не имеет привязки к экономике конкретной страны и не регулируется Центральными банками. Учёт и наблюдение за сохранностью ведётся криптографическим методом, то есть методом шифрования данных. Абсолютно все участники отношений являются равными между собой, независимо от финансового или социального статуса. В основе криптовалюты, лежит открытая база данных (блокчейн), которая помогает осуществлять прямые транзакции без эмитентов и третьих сторон. На рис.1 изображена схема работы блокчейна [4].

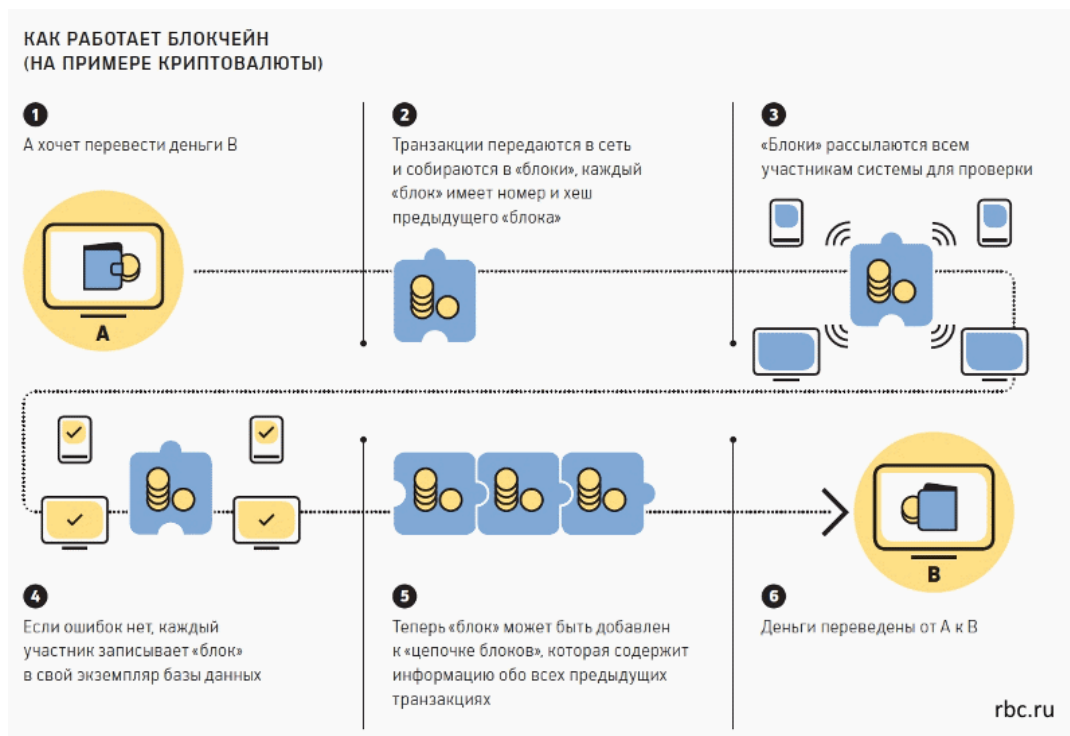


Рис. 1 – «Работа блокчейна на примере криптовалют»

Организаторам этой конференции стала Децентрализованная Автономная Организация «Донбасс» (г. Москва). А участниками стали представители министерств ДНР.

В ходе конференции были предложены экономические решения для стабилизации ситуации в Республике, путём введения инновационных платёжных финансовых активов. При практическом применении вышеупомянутых технологий, это позволит получить доступ к международным расчётам и платежам, что даст возможность развития не только бизнес сферы, но и экономики в целом.

Список используемых источников:

1. Финансовые инновации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://8cent-emails.com/dinamika-finansovyh-innovacij-hode-finansovoj-integracii/>

2. Курманова Д.А. Направления инновационного развития финансового рынка / Д.А. Курманова // Финансы, денежное обращение и кредит. – 2014. – № 4(113). – С. 89-92.

3. Технология, платформа, транзакции [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain/>

4. Что такое блокчейн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/>

Пятаченко А.М., ассистент,  
Лакомова Т.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУТСТАФФИНГА В РОССИИ**

Одной из целей развитых предприятий является снижение издержек и повышение прибыли. В настоящее время конкурентоспособными считаются те компании, которые используют новые услуги, позволяющие усовершенствовать цивилизованные рыночные отношения. Существует большое количество способов оптимизации финансового состояния предприятия. Одним из таких инновационных инструментов экономии средств и оптимизации управления персоналом является аутстаффинг.

Переход к информационной экономике вынуждает предпринимательские структуры применять новые системы обработки информации и управления предприятиями. В этом смысле аутстаффинг позволяет снизить себестоимость продукции, сохранить налоговый режим УСНО, снизить налогооблагаемую базу, снизить расходы на поиск квалифицированного персонала [3].

Рынок аутстаффинга растет с каждым годом, превышая услугу аутсорсинга. Таким образом, данная услуга снимает юридическое бремя с работодателя, ведет к снижению расходов на оплату труда и расчетов с бюджетом, а также является одной из самых перспективных.

Эта услуга широко применяется в странах Европы и США, а также постепенно занимает российский рынок (табл. 1).

Таблица 1 – Компании, которые пользуются услугой аутстаффинга, [2, с. 85]

Страны	Россия	Беларусь	Европа
Компании-пользователи	«Агентство Анкор», «Метрополис», «Агентство Контакт», «Империя кадров»	«Эрудит», «ВестДжиГрупп», «Walk & Work»	Kelly Services, Adecco Global, Coleman Services Inc, Ventra Employment

В США услугу аутстаффинга используют 92 % предпринимательских структур, в Европе 86 % [1].

Однако, аутстаффинг имеет и свои недостатки:

1. Снижение мотивации работников
2. Затруднение законного оформления (в России)
3. Неуверенность в компании-провайдере
4. Утрата конфиденциальности информации

Разумное использование интеллектуальный ресурсов и динамическое развитие технологической базы промышленных и научных предприятий является приоритетной общегосударственной задачей, которая требует быстрой реализации принятых решений, а также развития государственных приоритетов научно-технологического и инновационного развития страны в дальнейшем.

Аутстаффинг как способ передачи второстепенных процессов предприятия другим специализированным компаниям, что дает возможность сосредоточиться на основных задачах, позволяет: спланировать слаженный трудовой процесс на всех уровнях предприятия; направить ресурсы компании в развитие основных перспективных видов деятельности; отказаться от неконкурентоспособных подразделений предприятия.

Обращение к аутстаффингу обусловлено рядом причин:

1. Необходимость повышения всех показателей эффективности деятельности
2. Сложность поиска персонала
3. Необходимость сохранения конфиденциальности отношений между рядом работников и работодателей

Таким образом, аутстаффинг в России поможет предприятиям снижать свои расходы и параллельно повысить конкурентоспособность компании в целом. Однако, для окончательного внедрения данной услуги необходимо:

- учитывать все преимущества и недостатки системы аутстаффинга;
- мотивировать руководителей организаций изменять нарабатанную практику использования трудовых ресурсов;

– расширять законодательную базу;

Внедрение аутстаффинга способствует стабилизации и росту уровня экономики в стране, а также приведет к увеличению доли западных компаний на рынке.

В ближайшем будущем будет наблюдаться увеличение спроса услуги аутстаффинговых компаний. Это будут организации, ориентированные на конкретного клиента, способных предложить гибкую ценовую политику, конфиденциальность и репутацию. Во многом развитию этого бизнеса будет способствовать более четкая разработка юридической базы предоставления услуги аутстаффинга в России.

Список использованных источников:

1. Аутстаффинг и лизинг как инструмент менеджмента [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://www.vsemisto.info>. – Дата доступа: 20.10.2018.

2. Шатовицкая, Ю.С. Зарубежный опыт внедрения аутстаффинга, проблемы и перспективы его развития в системе потребительской кооперации Республики Беларусь / Ю.С. Шатовицкая // Потребительская кооперация. - 2013. – № 1. – С. 84 – 88.

3. Особенности аутстаффинга в Европе [Электронный ресурс] / Бухгалтерский учет. Налогообложение. Аудит. – Режим доступа: <http://www.audit-it.ru>. – Дата доступа: 20.10.2018.

Семенов А.А., к.э.н., доц.,  
Ефименкова М.С.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **ПРОБЛЕМА ОТТОКА КАПИТАЛА ИЗ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: ОБЪЕМЫ, ПРИЧИНЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ**

В последнее время увеличилась заинтересованность к ситуации, сформировавшейся в сфере внешнеэкономических связей Российской Федерации. При этом особое внимание уделяется проблеме оттока капитала из государства. Капитал для страны является важным условием её формирования. Он образует определенную «платформу» для стабильного и прогрессивного развития экономики. Особенно накопленные запасы капитала необходимы в момент кризиса, когда они могут быть применены с целью снижения финансовых задолженностей и вложения их в рентабельные секторы экономики.

Актуальность рассматриваемой темы обуславливается масштабами оттока и необходимостью решения этой проблемы для экономики государства.

За последние двадцать лет (1997-2017 гг.) чистый отток капитала составил 654,5 млрд. долл. Особенно этот процесс усиливался во время кризисов 2008 г. и 2014 г. (табл. 1).

Таблица 1 – Показатели оттока капитала из российской экономики  
в 2007-2017 гг. (млрд. долл. США) [1]

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всего, в том числе:	-87,8	133,6	57,5	30,8	81,4	53,9	60,3	152,1	57,1	18,5	27,3
банковский сектор	-50,5	84,5	32,4	-22,8	27,5	-7,9	17,3	86	34,2	-1,1	24,9
прочие секторы	-37,3	49,1	25,1	53,6	53,8	61,8	43	66,1	22,9	19,7	2,4

Данные таблицы свидетельствуют, что наибольший отток наблюдался в 2008 г. и составил 22,85 % (133,6 млрд. долл. США) от общего оттока за анализируемый период; и в 2014 г. – 26,1 % (152,1 млрд. долл.) от общего объема оттока. Следует обратить внимание на то, что именно в 2008-2009 гг. и в 2014 г. Российская Федерация переживала экономические кризисы. Безусловно, данная причина послужила реальным фактором для резкого увеличения оттока капитала из государства.

В случае если в 2008 г. отток капитала происходил из-за мирового финансового кризиса, то в 2014 году причиной подобного оттока капитала стали санкции, которые закрыли рефинансирование на внешних рынках и напугали иностранных инвесторов [2]. Также, к основным причинам оттока капитала из Российской Федерации следует отнести:

- инвестиционный климат государства. Главная трудность заключается в том, что в России отток капитала значительно больше, чем его приток, а это говорит, об инвестиционном дефиците, основные причины которого лежат внутри самой страны;

- покупка населением иностранной валюты. В последние несколько лет суммы валютных вкладов жителей России существенно возросли, а рост курса доллара только лишь усугубил обстановку;

- широкое применение оффшорных зон и прочих юрисдикций со строгой защитой банковской тайны, минимальной степенью регулирования финансовых сделок и банковских операций; [3]

- незаконно заработанные денежные средства. Главным каналом оттока эксперты называют занижение либо завышение фактической стоимости экспорта и импорта при таможенном декларировании – на него приходится 83,4% незаконного оттока денежных средств [4].

Из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что для поддержания и развития экономики страны необходимо принимать меры и разрабатывать программы не только сохранения капитала в стране, но и для привлечения иностранных инвесторов. Решению этой задачи могли бы способствовать следующие меры:

- 1) ограничения на некоторые формы вывоза капитала;

2) разработка и создание более благоприятного налогового климата в России, при котором финансовые потоки будут стремиться в российские компании, а не наоборот;

3) усовершенствование и ужесточение законодательной базы по контролю над предпринимательской деятельностью;

4) повышение прозрачности финансовой отчетности всех предприятий и организаций и усиление эффективности борьбы с преступностью и коррупцией.

Список использованных источников:

1. Центральный банк РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.cbr.ru>.

2. Халикова, А.Р. Анализ проблемы бегства капитала из РФ [Текст] / А.Р. Халикова // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.- практ. конф. – № 11(40), С. 432 – 437, 2016.

3. Тыщенко, А.Д., Степанов, Д.А. Направления противодействия оффшоризации экономики Российской Федерации [Текст] / А.Д. Тыщенко, Д.А. Степанов // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2014. – № 13. – С. 98-100.

4. Расчетно-Кредитный Банк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rbc.ru/finances/09/12/2015/566824a89a7947a41a89d73b>

Семенов А.А., к.э.н., доц.,  
Чайкина А.А.  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА И САНКЦИЙ**

Склонность России к интеграции в международное производство подразумевает ее интенсивное сотрудничество в международных валютно-финансовых и кредитных отношениях. Для того, чтобы быть полноценным участником данных взаимоотношений, России предстоит разрешить множество проблем. При этом стратегической задачей ее валютной политики является внедрение свободного обмена рубля на конвертируемые валюты. Это подразумевает существование сбалансированного и открытого для нерезидентов внутреннего рынка товаров, услуг, капитала, валют, отмену валютных ограничений. Курс рубля к конвертируемым валютам обеспечивает связь экономики Российской Федерации с международным рынком [1].

Интеграция России в мировое производство определяет возможность участия в функционировании международного рынка ссудного капитала, портфельных и прямых инвестиций. Но данная возможность никак не может быть осуществлена в полной мере из-за имеющихся валютных ограничений,

неблагоприятного инвестиционного климата в стране, «бегства капиталов» за рубеж, высокого уровня недоверия к государственной денежной единице.

Одним из более видимых проявлений нынешнего экономического спада стала кардинальная перемена масштабов и структуры экспорта и импорта капитала России. Импорт инвестиций, достигший в 2013 г. внушительной отметки в 124 млрд долл. США, на фоне усиления кризисных явлений в экономике и повышения геополитической напряженности резко упал в область негативных значений. В 2014 г. и 2015 г. были отмечены рекордные для современной России негативные показатели ввоза капитала, составившие, соответственно, –50 млрд. долл. США и –71 млрд. долл. США [2]. К столь глубокому падению импорта привело сокращение поступлений ПИИ в российскую экономику (с 69 млрд в 2013 г. до 7 млрд долл. США в 2015 г.), вывод капитала портфельными инвесторами с российского фондового рынка, изъятие нерезидентами средств со счетов и депозитов в местных банках, а также практически полное прекращение новых заимствований российских компаний за рубежом при одновременном осуществлении ими крупных выплат в счет погашения имеющегося внешнего долга [3].

Только в 2016 г., по мере стабилизации экономического положения страны, ситуация с ввозом инвестиций начала постепенно улучшаться, хотя по итогам года его значение по-прежнему осталось меньше нуля (–4,3 млрд. долл. США). Некоторому улучшению показателей импорта в минувшем году способствовали, в частности, снижение выплат по корпоративному внешнему долгу, возврат части зарубежных портфельных инвесторов на отечественный рынок, а также увеличение притока ПИИ в Россию до 33 млрд долл. США [4]. Порядка половины этой суммы поступило в результате покупки сингапурской компанией, представлявшей интересы консорциума Glencore и катарского суверенного фонда QIA, 19,5% акций Роснефти.

Экспорт капитала из России в 2014 г., хотя и упал по сравнению с 2013 г. в два раза, но оставался еще значительным – 81 млрд. долл. США. В сочетании с крупным отрицательным показателем импорта это привело к тому, что чистый вывоз капитала частным сектором по итогам года вышел на исторический максимум – 152 млрд. долл. США. Однако уже в 2015 г. экспорт финансовых ресурсов впервые в постсоветский период оказался ниже нуля (–1 млрд. долл. США), хотя в 2016 г. снова возрос до 9 млрд. долл. США [2].

Значительное падение экспорта и импорта капитала России уже не раз наблюдалось ранее при усилении экономической нестабильности, в частности, в 2008 г. Однако сжатие трансграничных финансовых потоков в 2014–2016 гг. по своим масштабам и продолжительности оказалось непредвиденным. Причины этого кроются в природе нынешнего спада, вызванного уникальным, ранее не встречавшимся сочетанием негативных факторов – нарастанием внутренних проблем в национальной экономике, нефтяными проблемами и обострением отношений на международной арене. Под воздействием этих трех групп факторов Россия по текущим показателям импорта и экспорта капитала фактически вернулась на уровень начала 2000-х гг., когда из-за последствий

дефолта 1998 г. и мирового финансового кризиса 2001 г. страна, по сути, была лишена возможности активно участвовать в международном движении капитала [5]. Однако в то время Российская Федерация еще не была тесно интегрирована в мировые финансы, поэтому падение ее капитальных потоков не было столь глубоким и ощутимым для экономики, как в настоящее время.

Список использованных источников:

1. Мишина, В.Ю., Абрамов, Д.О. Основные направления развития валютного рынка России [Текст] / В.Ю. Мишина, Д.О. Абрамов // Деньги и кредит. – 2015. – № 4. – С. 19-27.
2. Кузнецов, А.В. Проблемы интеграции России в мировую финансовую систему [Текст] / А.В. Кузнецов // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 6. – С. 82-90.
3. Конференция ООН по торговле и развитию: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://unctad.org/>
4. Квашнина, И.А., Оболенский, В.П. Ввоз и вывоз капитала: эффекты для России [Текст] / И.А. Квашнина, В.П. Оболенский // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 1. – С. 63-76.
5. Загашвили, В.С. Западные санкции и российская экономика [Текст] / В.С. Загашвили // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 11. – С. 67-77.

Сердюк В.Н., аспирант  
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

## **СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ И СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН МИРА**

Мировая экономическая система XXI века характеризуется высокой степенью взаимозависимости различных национальных и региональных экономик, активизацией вектора преобразования национальных хозяйственных систем практически всех стран к открытой экономике. Вызванные повышением интенсивности интеграции и сотрудничества как на макро-, так и на микроуровне тенденции влияют на создание новой международной архитектуры в глобальных экономических отношениях и предполагают не только использование особенностей отраслевой структуры национального производства для взаимовыгодного обмена деятельностью, но и расширяет возможности в международном разделении труда.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью изучения опыта формирования устойчивого социально-экономического развития национальных экономических систем на основе углубления интеграции и сотрудничества в системе глобальных мирохозяйственных отношений, что позволит выйти на более высокий уровень конкурентоспособности странам Евразийской интеграционной группы, прежде всего Российской Федерации (РФ) и ее

стратегическим партнерам.

Существенный вклад в изучение данного вопроса в области интеграции глобального хозяйства внесли такие известные ученые, как Р. Джонсон, А. Маршалл, Д. Стиглиц, В. Андрейчук, В. Соколов и другие.

Цель данного исследования состоит в изучении мирового опыта развития интеграции и сотрудничества предпринимательских структур как инструмента формирования устойчивого социально-экономического развития национальных экономик Евразийской интеграционной группы.

Известно, что построенная на паритетном сотрудничестве стран интеграционная система представляет собой процесс социально-экономического взаимодействия, приводящего к унификации организационно-управленческих механизмов хозяйствования и способствующего развитию устойчивых и глубоких отношений в мировом разделении и кооперации труда. Институциональной основой современной интеграции являются прямые международные экономические, производственные, научно-технические и технологические связи на уровне предпринимательских структур, которые развиваясь системно, обеспечивают поступательное сращивание национальных хозяйств на базисном уровне. В результате происходит взаимное приспособление государственных, правовых, социально-производственных, коммерческих, фискальных и иных систем организационного управления общественной жизни, которые приобретают форму межгосударственных соглашений и регулируются межгосударственными органами [1].

Исторический опыт международного сотрудничества выделяет такие характерные трансформационные признаки международной специализации и кооперации глобального производства:

1) целенаправленное изменение хозяйственной структуры отдельных экономических систем посредством координации сотрудничества стран-участниц;

2) совместное использование научно-исследовательского и производственного потенциала для повышения эффективности национальных экономических систем за счет ускорения НТП в интеграционных союзах;

3) усиление значения внутригосударственной экономической политики в формировании условий межнационального взаимодействия.

Современный этап глобального развития характеризуется динамичным углублением процессов интеграции во всех сферах жизни стран мира и представлен в виде пяти последовательно сменяющихся форм международного интеграционного сотрудничества в едином экономическом пространстве: зона свободной торговли - таможенный союз - общий рынок - экономический союз - валютный союз [2].

Исследуя особенности структурной модернизации экономики РФ, следует учесть мировой опыт и остановиться на внутренних и внешних условиях развития экономики для ускорения процесса ее интеграции в мировое экономическое пространство. Внутренние мероприятия заключаются в необходимости увеличения интеллектуального потенциала, строительства

постиндустриального общества, общества информационных технологий [3]. Основными инструментами создания предпосылок для развития и модернизации экономики является стимулирование спроса, улучшения институциональной среды, активная политика в области реального сектора, оздоровления управления, реформа государственного управления. В сфере стимулирования иностранных инвестиций следует сосредоточиться на реализации уже заключенных соглашений и учитывать ухудшение условий хозяйствования при определении сроков их окупаемости инвестиций.

Таким образом, для реализации устойчивого социально-экономического развития РФ и его ближнего стратегического окружения возможность накопления и развития экономического потенциала, его адаптации к потребностям мирового рынка может быть достигнута при решении проблем активизации процессов интеграции посредством осуществления неотложных мер по структуризации экономики на основе внедрения инновационных технологий сотрудничества предпринимательских структур.

Список использованных источников:

1. Доклад Стиглица. О реформе международной валютно-финансовой системы: уроки глобального кризиса. Доклад Комиссии финансовых экспертов ООН. – М.: Междунар. отношения, 2012. – 328 с.
2. Официальный сайт World Trade Organization [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://www.wto.org/>>.
3. Официальный сайт: World Economic Forum [Электронный ресурс] // Режим доступа : <<http://www.weforum.org>>.