

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

**Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова»**

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

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



**КРЫМСКИЙ
ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ФЕВЗИ ЯКУБОВА**



МАТЕРИАЛЫ

Седьмой Международной научно-практической

Интернет-конференции

«ДОРОЖНАЯ КАРТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

18 ноября 2021 г.

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

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ «КРЫМСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ФЕВЗИ ЯКУБОВА»**

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

**ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ
(ФИЛИАЛ)**

**ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО» В Г. ЯЛТЕ**

МАТЕРИАЛЫ

**СЕДЬМОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
ИНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦИИ**

ДОРОЖНАЯ КАРТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

18 ноября 2021 г., Донецк

Донецк 2021

УДК 339(082)
ББК 65.5я431
Д69

Редакционная коллегия:

Дрожжина С.В., д-р филос. наук (глав. ред.);
Азарян Е.М., д-р экон. наук (зам. глав. ред.);
Крачунов Х.А., канд. техн. наук;
Маковейчук К. А., канд. экон. наук;
Адаманова З.О., д-р экон. наук;
Иваненко И.А., 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

Д69 Материалы седьмой международной научно-практической интернет-конференции «Дорожная карта мировой экономики»: 18 ноября 2021 г., г. Донецк / ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», 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»], 2021. – 292 с.

В сборнике рассмотрены тенденции развития глобальной экономической системы, вопросы теории и практики внешнеэкономической деятельности, международного бизнеса и международного маркетинга; проанализированы проблемы экономической теории, экономики предприятия и международных экономических отношений; изучены международные стандарты ведения бизнеса и актуальные вопросы маркетингового менеджмента, дана оценка туризму как форме международной торговли услугами; охарактеризованы отличительные черты информационных и педагогических технологий в условиях глобализации; проанализированы особенности современных инновационных и интеграционных процессов в мировой экономике, а также информационно-коммуникационных технологий в сфере бизнеса. Материалы предназначены для работников научной и практической сферы деятельности, преподавателей высшего профессионального образования, аспирантов, магистрантов, студентов.

Издается с 2015 г.

УДК 339(082)
ББК 65.5я431
Д69

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Алексеева Н.В., Сова Д.А. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В ДНР: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	13
Беялова Э.А. ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	16
Зевакина С.Н., Володина Е.А. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МИРОВОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ	18
Иваненко И.А., Тришин А.А. МИРОВОЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ “ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ”	20
Иваненко И.А., Якубенко И.Ю. ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ ОФФШОРОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	22
Кузьменко С.С., Володина Е.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ КОНЪЮНКТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ	25
Кузьменко С.С., Дудин Д.В. ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ЖИВОТНОВОДСТВА	28
Мячин В.В. ГЛОБАЛЬНЫЙ СЕКТОР ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	31
Пятаченко А. М., Мажара Л.П. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ	33
Пятаченко А.М., Салтыкова Е.С. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ	35

Пятаченко А.М., Чуленкова Е.В. ЭКОНОМИКА КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В 21 ВЕКЕ	38
Хаирова Э.А., Голуб В. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ	41
Хаирова Э.А., Реизов Э. ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СТРАНЫ	44
Хаирова Э.А. РАЗВИТИЕ МИРОВОГО ВЕНЧУРНОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	48
Хаирова Э.А., Беялова Э.А. РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	51
Шкуренко В.А., Клочкова А.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА МЕЖДУНАРОДНОГО ТОРГОВОГО ОБМЕНА	53
СЕКЦИЯ 2. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Бондаренко И.С., Клочкова А.В. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА МИРОВОЙ РЫНКЕ	57
Жук А.В. ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РФ	59
Иваненко И.А., Аджимамбетова З.С. ВАРИАТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЙ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК	62
Иваненко И.А., Скрицкий В.В. ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ	64

Колос И.В., Рынжа Е.И. РОССИЙСКО-КИТАЙСКАЯ ТОРГОВЛЯ В 2020 ГОДУ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	67
Кузьменко С.С. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	69
Лукьянчикова А.В. ОЦЕНКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	73
Пятаченко А.М., Чижова Е.Р. ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЯПОНИИ	75
Пятаченко А.М., Поджарий Д.И. ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	78
СЕКЦИЯ 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ	
Зевакина С.Н. КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА НА МИРОВОМ РЫНКЕ ХОЛОДНОГО ЧАЯ	84
Иваненко И.А., Гасс К.А. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	86
Колос И.В., Литвиненко В.В. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ	89
Миньковская М.В. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	91
Мячин В.В., Бухтиярова П.Е. АНАЛИЗ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ШВЕЙЦАРИИ	94
Мячин В.В., Шуева А.И. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК	96
Мячин В.В., Паришкура А.Д. АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА ЧАЯ	98

Мячин В.В., Шуева А.И. ОЦЕНКА РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: ПРОИЗВОДСТВО, СТРУКТУРНАЯ И ЦЕНОВАЯ КОМПОНЕНТЫ	101
Пятаченко А.М., Рынжа Е.И. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ В РОССИИ	104
Семёнов А.А., Шевченко Я.Э. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК ОДЕЖДЫ	108
Шацкая Э.Ш., Абдулгазис Э.Д. РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ГЛОБАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	111
Шкуренок В.А., Шуева А.И. ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТЕНДЕРЕ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДВОДОКАНАЛ»)	113
Шкуренок В.А., Бухтиярова П.Е. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ЯПОНИИ	117
СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	
Аджимет Г.Х., Бекирова С.С. РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИК СТРАН МИРА В УСЛОВИЯХ ВСЕМИРНОЙ ПАНДЕМИИ	120
Аджимет Г.Х., Аблязова С.Н. РЫНОК ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	123
Баранцева С.М., Сидоренко С.С., ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ	125

Забарина Д.А., Слюсаренко А.В. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	128
Зевакина С.Н., Захаров А.Э. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РФ И СТРАН АСЕАН	131
Иваненко И.А., Шеремета Ю.Д. СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ СО СТРАНАМИ БРИКС	135
Колос И.В., Клочкова А.В. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: ФОРМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	138
Кравченко Е.С. МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ	141
Пятаченко А.М., Коваленко Е.А. МИРОВОЙ РЫНОК ССУДНЫХ КАПИТАЛОВ	144
Пятаченко А.М., Ханарина В.А. РОЛЬ ЗОЛОТА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	148
Сапрыкина Л.Н. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	151
Чистякова Е.И., Пивень К.Р. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	154
Шацкая Э.Ш., Бекирова С.С., Можаров Н.А. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ	156
Шкуренко В.А. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА	159
СЕКЦИЯ 5. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	
Браганцева Л.Н. СОВРЕМЕННЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ	163

Ващенко Н.В., Винникова А.И. СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	166
Коваленко Т.В., Пестерева Е.И. ЕВРОПЕЙСКОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	168
Усачев В.А., Усачева Г.М. О ПРОДУКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СВОБОДНОМУ ВЛАДЕНИЮ ИНОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЬЮ	171
Хаирова Э.А., Сеитбеялова А.Т. РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ РОСТА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	174
Шацкая Э.Ш., Максимова В.В. ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ КАК ПЛАТФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	177
Шеремет Т.Г., Лукьянчикова А.В. ПАРАМЕТРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТО- СПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ «ГАЗПРОМ»	180
A. Atabekova, A. Shueva ENGLISH AS A PLATFORM FOR INTERNATIONAL COOPERATION	183
S. Kuzmenko, M. Kozlova CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN IMPLEMENTATION PROJECTS OF PJSC GAZPROM.....	185
S. Kuzmenko, A. Slyusarenko CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE COMPANY ADIDAS EXAMPLE	187
S. Kuzmenko, A. Griban JSC LUKOIL CHARITABLE FOUNDATION	189
СЕКЦИЯ 6. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	
Балабанова Л.В., Шайна А.В. АУДИТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ТМ «ДОНКО»	192

Балабанова Л.В., Мачкевская О.В. СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА	194
Гасило Е.А., Мовчан Н.С. ОБОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	196
Гасило Е.А., Гоменко Н.О. ОЦЕНКА СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	199
Гасило Е.А., Стельмах А.А. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ОБЩАЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИЗУЧЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОБЛЕМ	202
Мячин В.В., Шуева А.И. SWOT-АНАЛИЗ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	204
Охрименко И.Ю. THE WAYS OF INCREASING COMPETITIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE	207
Стельмашенко Е.В., Шейбут Е.В. HR-ПОТЕНЦИАЛ В ФОРМИРОВАНИИ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	209
Стельмашенко Е.В., Комендантов Р.А. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ	212
Стельмашенко Е.В., Шевченко Д.А. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ	215
Хаирова Э.А., Муратов С.А. ПАРАМЕТРЫ И УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	218
Харламова А.В. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	222

Шацкая Э.Ш., Максимова В.В. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ	224
---	-----

СЕКЦИЯ 7. ТУРИЗМ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Ващенко Н.В., Чижова Е.Р. РОЛЬ ТУРИЗМА КАК ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ	227
--	-----

Иваненко И.А., Тимофеева Е.И. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ	229
--	-----

Колос И.В., Ивахненко А.А. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	232
--	-----

Мячин В.В., Клочкова А.В. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19, НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОГО СЕКТОРА ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ	234
---	-----

Мячин В.В., Ширяев Б.В. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В XX ВЕКЕ	237
---	-----

Хаирова Э.А., Серашова Л. РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ КАК АЛЬТЕРНАТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА РЕГИОНА	239
--	-----

Шацкая Э.Ш., Рудиков А.С. ТУРИЗМ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ	242
---	-----

Шкуренко В.А., Ширяев Б.В. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ	244
---	-----

СЕКЦИЯ 8. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Бондаренко И.С., Ковалёва Е.О. ИНТЕГРАЦИЯ ЕАЭС В ОБЛАСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ	247
--	-----

Кошелева Е.Г., Галибин И.Г. ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	250
Маковейчук К.А., Масленникова Ю.А. ИНДИКАТОРЫ ОЦЕНКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ ЕАЭС	253
Пятаченко А.М., Булавинцева Н.И. НАУЧНО–ТЕХНИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАН МИРА	256
Хаирова Э.А., Аджимамбетова З.С. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	258
Хаирова Э.А., Гафарова С.С. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБМЕНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	261
СЕКЦИЯ 9. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА	
Алексеева Н.И., Слюсаренко А.В. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ	264
Колос И.В., Пестерева Е.И. SOCIAL MEDIA MARKETING КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	266
Кравченко Е.С., Овсянникова В.В. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ	268
Маковейчук К.А., Потапенко А.Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ В РФ	271
Маковейчук К.А., Курлов Д.А. РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ	274
Масленникова Ю.А., Маковейчук Я.Т. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДИКАТОРОВ ОЦЕНКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, ПРИНЯТЫХ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	277

Петрова Даниела Маринова ЗАКРИЛА ПРАВОТО НА ТРУД ПРИ ОТКЪСВАНЕ ОТ РАБОТНАТА СРЕДА И ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЦИФРОВИ ИНСТРУМЕНТИ	280
Петрова Даниела Маринова ЗАКРИЛА ПРАВОТО НА ТРУД ПРИ ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА РАБОТНАТА СИЛА	283
Тумаков Е.А., Окунева Е.С. ИНТЕНСИФИКАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР ЦИФРОВИЗАЦИИ В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	286
Шацкая Э.Ш., Мамутова Э.И. ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ НА БИЗНЕС	288
Шацкая Э.Ш., Муединова Э.А. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ	291

СЕКЦИЯ 1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Алексеева Н.В., док. экон. наук, профессор

Сова Д.А.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В ДНР: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

В последние несколько лет розничная торговля ДНР начала активно развиваться и демонстрировать высокие темпы роста. В торговых объектах Донецкой Народной Республики широко представлены социально-значимые товары, товары народного потребления, и, кроме того, товары премиум класса.

Совместная работа и проведение расширенных совещаний ритейлеров с товаропроизводителями, представителей розничной торговли с руководителями предприятий оптовой торговли, способствовали увеличению процентов реализации товаров местных производителей - свыше 40%. В связи с этим, рассмотрение тенденций сферы розничной торговли продовольственными товарами, являющееся целью данного исследования, является на сегодняшний день актуальным и интересным.

На сегодняшний день существует множество различных ученых, которые исследуют сферу торговли ДНР. Раскрытие основных тенденций отражены в работах ученых Половяна А.В., Лепы Р.Н., Шемякиной Н.В. и др.

Сфера торговли является одной из ведущих отраслей экономики Донецкой Народной Республики, осуществляя закупку и продвижение товаров от производителя до конечного потребителя и обеспечивая наполнение бюджета. При оценке основных тенденций на рынке розничной торговли продовольственными товарами ДНР необходимо проанализировать индексы потребительских цен за последние 5 лет и долю реализации отечественных товаров на потребительском рынке ДНР.

За последний год наблюдается положительная динамика развития сферы торговли, которая характеризуется следующими показателями:

- количество объектов розничной торговли увеличилось на 852 единицы или 7,1%;

- количество объектов общественного питания на 69 единиц, рост составил 3,9%;

- в Республике осуществляют торговлю 34 торговые сети, включающие 409 магазинов, в том числе 9 крупных торговых сетей, включающие 224 магазинов (к крупным торговым сетям относятся супермаркеты «Первый Республиканский Супермаркет» (62 магазина), «Геркулес-Молоко» (50 магазинов), «Авоська» (25 магазинов), «Обжора» (11 магазинов), «Вектор» (16 магазинов), «Пять вершин» (11 магазинов), магазины бытовой техники «Фокс»

(12), магазины одежды «Семейный квартал» (10), торговый центр «Галактика» (4));

– в городах и районах Республики проведено 1788 ярмарок, в том числе 468 школьных ярмарки, реализовано 1472,025 тонн продукции по ценам ниже рыночных на 5–25 %. [1]

Одним из основных показателей, характеризующих тенденции развития розничной торговли, является индекс потребительских цен. Проследим динамику данного показателя за последние 5 лет на территории ДНР [2] (Таблица 1).

Таблица 1

Индексы потребительских цен по отдельным группам товаров и услуг в 2016-2020 годах (по данным [2])

№ п/п	Показатель	Период, года				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Индекс потребительских цен	99,7	100,0	106,5	103,7	108,9
2	Хлеб и хлебопродукты	100,0	99,9	102,6	107,9	105,6
3	Мясо и мясопродукты	97,4	102,3	98,8	99,4	104,1
4	Рыба и продукты из мяса	99,6	101,1	101,3	104,6	104,3
5	Молоко, сыр и яйца	100,9	100,1	101,6	104,1	108,1
6	Масло и жиры	100,3	100,5	100,5	104,1	110,3
7	Фрукты	94,4	105,0	96,1	111,9	129,2
8	Овощи	102,7	108,3	115,5	111,0	120,6
9	Сахар	95,6	98,3	101,8	65,9	96,8
10	Безалкогольные напитки	99,7	100,9	100,3	102,9	103,1
11	Алкогольные напитки	99,7	100,5	100,4	102,0	124,3
12	Табачные изделия	100,1	100,1	101,0	104,2	115,5

На основе вышеизложенных данных, можно сказать, что за период с 2016 по 2020 года динамика индексов потребительских цен неоднородна, однако в 2020 году наблюдается динамика увеличения цен.

По данным ГосСтата ДНР наиболее низкий индекс потребительских цен наблюдается в 2019 году на товар «сахар», это обусловлено тем, что производство сахара превышает потребление на протяжении последних нескольких лет. Так в 2019—2020 годах потребители на территории РФ купили 6 млн т сахара, а произведено было на 1,6 млн т больше. Наиболее высокий индекс потребительских цен наблюдается на товары «фрукты», «алкогольные напитки» и «табачные изделия» в 2020 году. Скачок потребительских цен на фрукты произошел на фоне пандемии коронавируса, и, впоследствии, – проблем поставок из-за закрытия границ. Скачок потребительских цен на алкогольные напитки и табачные изделия обусловлен ростом акцизной ставки на территории ДНР.

Рассмотрим в таблице 2 долю реализации отечественных товаров на потребительском рынке ДНР.

Таблица 2

Доля отечественных и импортных товаров на потребительском рынке ДНР (по данным [3])

Наименование товарных групп	Отечественный производитель	Импорт
Продовольственные товары, в том числе:		
Мука, мучные изделия, майонез, кетчуп, соусы	90-95%	5-10%
Мясные продукты, колбасы	80-85%	15-20%
Мясо птицы, товарное яйцо	60-65%	35-45%
Молоко, молочные продукты, макаронные и кондитерские изделия	45%	55%
Свинина, говядина, подсолнечное масло	20-25%	75-80% ⁰
Крупы, овощи, рыба, томатная паста, газированные напитки, сливочное масло, уксус, чипсы, семечки, фрукты, сыр, кофе, чай, детское питание, сахар, соки и дрожжи	5-15%	85-95%
Моющие средства	40%	60%
Домашний текстиль	10-15%	85-90%
Одежда	5-10%	90-95%
Обувь	менее 5%	более 95%

Таким образом, потребительский рынок товаров ДНР заполнен преимущественно импортом. Основными внешнеторговыми партнерами ДНР являются Россия, Луганская Народная Республика, Германия, Польша, Китай, Египет, Эквадор, а также страны СНГ (Республика Беларусь, Грузия), на их долю приходится более 80 % всей внешней торговли.

Исследование показало, что сфера розничной торговли продовольственными товарами ДНР показывает положительную динамику развития, но производство на территории республики не может вполне обеспечивать спрос предложением.

Список использованных источников:

1. В Минпромторге ДНР подвели итоги работы сферы торговли за 2019 год // Мипромторг ДНР [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://mpt-dnr.ru/news/1370-v-minpromtorge-dnr-podveli-itogi-raboty-sfery-torgovli-za-2019-god.html>.
2. Данные сайта Главного управления статистики ДНР [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://glavstat.govdnr.ru/index.php>
3. Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. Режим доступа – https://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=1

ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В последнее время оффшорный мир все чаще становится центром внимания СМИ и регулирующих органов после многочисленных утечек политически важных документов. В ответ регулирующие органы ввели новые правила раскрытия информации о конечных бенефициарах компаний на Каймановых островах и Британских Виргинских островах (БВО).

Некоторые карибские острова и отдельные европейские анклавы доминировали в оффшорной индустрии в течение последних 30 лет. Это доминирование серьезно пострадало с публикацией знаменитых Панамских документов (2016 г.) и «Райских документов» (2017 г.), раскрывающих широко распространенное использование Карибских налоговых убежищ сверхбогатыми и политически влиятельными фигурами для сокрытия богатства от общественного контроля и, во многих случаях, уклонение от уплаты налогов.

В ответ развитые страны потребовали реформы нормативной базы и улучшения раскрытия информации о реестрах компаний в странах Карибского бассейна и Европы. Требования приобрели еще больший политический импульс в январе 2020 года после того, как новые журналистские расследования показали, что самая богатая женщина Африки использовала рынок оффшорных услуг для выкачивания огромных средств из нефтяной промышленности Анголы.

Общественный резонанс и политические последствия этих журналистских утечек привели к новым законам, принятым в 2019 году на граничных территориях Великобритании, таких как Британские Виргинские острова и Каймановы острова, под сильным давлением Лондона. Новые законы установили раскрытие информации о директорах и акционерах для различных типов юридических лиц, включая освобожденные от налогов компании и компании-нерезиденты. Мальта и Кипр, любимые европейские налоговые гавани наших бизнесменов, также приняли аналогичные законы.

В связи с усилением глобального контроля и политического давления на оффшорные юрисдикции с целью улучшения раскрытия информации и прозрачности ожидается, что инвесторы покинут рынок оффшорных услуг и перейдут в оффшорные юрисдикции для хранения активов. Инвесторы из США и Канады уже склоняются к этому, имея доступ в американские и канадские экономические зоны, которые начинают соперничать с Карибскими финансовыми центрами по масштабам и опыту.

Рынок оффшорных услуг обеспечивал стабильную и незаметную экономическую среду с низкими налогами. Но североамериканские инвесторы уже могут легко найти его в нескольких существующих юрисдикциях, таких как Делавэр, Ванкувер или Новая Шотландия. Да, это не просто оффшорные штаб-квартиры, но теперь эти оффшорные юрисдикции предлагают больше

конфиденциальности, чем Каймановы острова и Британские Виргинские острова, и удобны с юридической и финансовой точек зрения.

Удобство инвестирования внутри страны не новость для инвесторов из Северной Америки. За последние 10 лет советники из США редко призывали инвесторов обращаться к рынку офшорных услуг, и ожидается, что эта тенденция сохранится. Более того, в последние годы увеличилось количество богатых иностранцев, особенно инвесторов из Восточной Азии, которые владеют богатством в благоприятных государствах и юрисдикциях в Северной Америке.

ОАЭ, благодаря своим особым экономическим зонам, стали ключевым игроком в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, что делает эту страну, вероятно, новым основным офшорным направлением на континенте.

За последние 30 лет ОАЭ построили сложную сеть офшорных центров. В стране более 40 экономических зон, обслуживающих иностранные инвестиции. Эти зоны частично или полностью функционируют как офшорные центры, поскольку они допускают 100% иностранную собственность, имеют благоприятное налоговое законодательство и не раскрывают информацию о директорах и акционерах.

Кроме того, в стране создана вспомогательная инфраструктура для привлечения иностранных инвестиций. В ОАЭ есть две судебные системы, которые уважают английское общее право, их корпоративные реестры также ведутся на английском языке, и страна становится все более политически нейтральной.

Как ни странно, ОАЭ - не лучший вариант для состоятельных граждан Эмиратов. Они традиционно инвестируют в рынок офшорных услуг стран Юго-Восточной Азии, таких как Таиланд и Сингапур.

Спрос на рынке офшорных услуг в течение последнего десятилетия постоянно опережал новые законы и постановления. Ожидается, что этот спрос сохранится в обозримом будущем, но 2021 год может стать переломным моментом для рынка офшорных услуг. 8 декабря 2020 года Палата представителей США приняла Закон о разрешении на национальную оборону 2021 года, который включает положения, запрещающие анонимные офшорные компании. Закон уже вступил в силу и станет настоящей проверкой способности и решимости США регулировать офшорный мир. Мы можем ожидать усиления правовых усилий по регулированию офшорных юрисдикций во всем мире, особенно со стороны Европейского Союза.

На рынке офшорных услуг существует большой спрос на помощь экспертов в выборе юрисдикций и иностранного банковского учреждения для открытия текущего счета на имя офшорной компании.

Современные реалии таковы, что компании из классического офшора открыть счет в солидном европейском банке практически невозможно. Надо искать решение на рынке офшорных услуг: сотрудничество с необанками, платежными системами и офшорными банками из Карибского бассейна.

Список использованных источников:

1. Рынок оффшорных услуг. International. Wealth/ Электронный ресурс/ [Режим доступа]: <https://internationalwealth.info/offshore-for-newbies/kratkij-obzor-rynka-offshornykh-uslug/>

Зевакина С.Н., ст. преподаватель,
Володина Е.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МИРОВОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Мировое производство косметических продуктов и средств личной гигиены достаточно чувствительно к экономическому климату в мире, т. е. мировой рынок косметических средств характеризуется гибкой конъюнктурной составляющей. Однако во время сильных финансовых спадов общие объёмы продаж косметики остаются относительно стабильным для поддержания основного размера мирового рынка в целом. Это происходит в силу продолжающегося и растущего использования продуктов женщинами. В современных условиях мирового развития мужчины становятся активными потребителями косметических средств.

Основными производителями мирового рынка косметических средств являются следующие: L'oreal Group, Procter & Gamble, Beiersdorf AG, Avon Products Inc., Unilever, Estee Lauder Companies Inc., Shiseido, Kao Corp., Revlon Inc., Mary Kay Inc., Yves Rocher, Oriflame Cosmetics Global SA и др.

Основными тенденциями мирового рынка косметических средств являются следующие:

- 1) основным индикатором роста мирового рынка косметических средств является старение населения;
- 2) цифровые технологии трансформируют потребительское поведение;
- 3) положительная динамика продаж премиальной косметики;
- 4) высокие среднегодовые темпы роста рынков косметических средств Ближнего Востока и Африки;
- 5) нестабильная динамика российского рынка косметических средств;
- 6) доминирование косметики и парфюмерии в растущем рынке беспопытной розничной торговли;
- 7) рост глобального рынка косметики для микробиома кожи;
- 8) нестабильность рынка услуг эстетической медицины;
- 9) разработка инноваций – основа развития рынка косметологических аппаратов;
- 10) стабильный рост мирового парфюмерного рынка;
- 11) лидерство Азии в сегменте уходовой косметики на мировом рынке;
- 12) стабильные темпы развития рынка косметики для волос.

Старение населения является основным индикатором рынка. Этой

бизнес-тенденцией способствовало то, что представители среднего класса, а также высших его слоёв активно инвестируют денежные средства в новые премиальные продукты мирового косметического рынка. Международные компании, сделавшие ставки на цифровые технологии, являются предметом интереса молодых покупателей, в то время как среди групп населения старше 50 лет возрастает спрос на косметику, способную вернуть молодость и обеспечить «здоровое» старение.

В 1999-2019 гг. снижение уровня рождаемости и смертности привело к возрастанию доли стареющего населения в общей структуре мирового населения. Стремление мужчин и женщин сохранять молодость трансформирует мировой рынок косметических средств. Быстрое старение основной группы потребителей рынка привело к сохранению устойчивого спроса на омолаживающие косметические средства, которые предотвращают появление морщин, возрастных пятен, сухой кожи, неровного тона кожи, повреждения волос. Эти трансформации стимулируют разработку инноваций на мировом рынке косметических средств, соответственно росту мирового производства.

К 2050 г. общая мировая численность населения в возрасте более 60 лет составит 2,09 млрд. чел. Прогнозируемая продолжительность жизни для женщин возрастёт до 86,3 лет в 2050 г., для мужчин – до 83,6 лет. Доля пожилых людей среди потребителей мирового рынка косметических средств демонстрирует рост. Персонализация косметических товаров остаётся одним из основных направлений повышения премиального статуса продуктов для ухода за кожей. Эта тенденция обусловлена растущей потребностью в индивидуальном подходе и фрагментацией спроса по нескольким факторам от выбора образа жизни до возраста. Наиболее активными пользователями всех продуктов по уходу за кожей мирового рынка косметических средств являются представители поколения X и миллениалов (люди, родившиеся в период 1966-1976 гг. и после 1981 г. соответственно). Исключением являются средства для ухода за руками, лечения акне и омолаживающие продукты. Различия в использовании уходовой косметики между поколением X и беби-бумерами (люди, родившиеся в период 1955-1966 гг.) незначительны, что подтверждает факт рутинности процедур по уходу за кожей и перехода косметических средств в статус постоянных.

Список использованных источников:

1. Мировой рынок косметики в 2019 году – стабильное развитие по всем категориям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/7139/news-Mirovoy-rynok-kosmetiki-v-2019-godu---stabilnoe-razvitie-po-vsem-kategoriyam/>
2. Access over 1 million statistics and facts [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [statista.com](https://www.statista.com)

Иваненко И.А., к.э.н., доцент,
Тришин А.А.
*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова», Симферополь*

МИРОВОЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ “ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ”

Термин “экономика знаний” или “экономика, основанная на знаниях” был введен в научный оборот в 1962 г. австро-американским ученым Фрицем Махлупом. Экономика знаний - является высшим этапом развития постиндустриальной и инновационной экономики.

Зачастую термин экономика знаний используют как синоним инновационной экономики. Однако экономика знаний - высший этап развития инновационной экономики. И является фундаментом общества знаний или информационного общества. В экономике знаний ключевыми факторами развития являются знания и человеческий капитал. Процесс развития такой экономики заключен в повышении качества человеческого капитала, в повышении качества жизни, в производстве знаний, высоких технологий, инноваций и высококачественных услуг.

Роль экономики знаний - поиск новой парадигмы устройства мира, нуждающегося в глобализации знаний и научных достижений. Это стало предпосылкой возникновения следующей фазы развития человечества, связанной с появлением информационно-коммуникационных технологий, позволяющих совершенствовать процессы генерации знаний и использовать их в качестве основного ресурса экономического развития [1].

Теория экономики знаний формируется на основе синтеза гуманистически-ноосферных и информационно-технократических теорий. В отличие от гуманистически-ноосферных теорий, теория экономики знаний в современных условиях основывается на качественных технологических изменениях в общественном воспроизводстве в целом: на ведущей роли научно-технического прогресса, на постиндустриальном, информационно-сетевом и глобальном характере современной экономики

В отличие от информационно-технократических теорий, теория экономики знаний акцентирует своё внимание на таких аспектах формирующейся экономики, как повышение роли образования и науки, новое качество экономического роста (от роста – к развитию), имеет ярко выраженную социальную направленность [3].

Большинство авторов описывают и отталкиваются от одной или нескольких проблем формирования, поэтому можно сделать вывод о том, что экономику знаний необходимо рассматривать системно и комплексно, тем самым мы делим ее на 4 главных аспекта:

- инновационная экономика - знания позволяют удовлетворять вечно меняющиеся потребности путем нововведений;
- информационная экономика - информация (наука, знания) играет

главную роль (фактор производства);

- постиндустриальная экономика - сфера услуг начинает доминировать над сферой производства;

- глобальная сетевая экономика - связь между носителями знаний (появление сети интернет).

Экономика, основанная на знаниях, - это определенный этап развития общества, осознание важности информации и знаний как стратегических ресурсов экономического роста, важность которых возрастает в связи с их активным использованием во всех сферах общественной жизни [2].

К характерным признакам экономики знаний можно отнести следующее:

- знания становятся новым фактором производства и являются ресурсом;
- изобретение новых знаний является новой отраслью производства;
- знания выступают в роли товара;
- прикладные знания, которые имеют конкретные назначения, являются составляющей экономического взаимодействия;
- прогресс информационного общества является базой развития экономики знаний.

Основное преимущество экономики знаний заключается в неограниченности ресурсов. Также теряет свою актуальность и территориальная ограниченность, так как основная деятельность проходит в цифровом пространстве. Помимо этого экономика знаний устойчива к финансовым кризисам, поскольку по мере восстановления экономики ценность знаний также будет актуальна.

В современном мире за счет концепции глобализации знаний, которая исходит из быстрых способов обработки и передачи информации, растет конкурентоспособность, что является толчком для прогресса экономики знаний [1].

Мировые тенденции задают темп развития экономики знаний в России. В настоящее время Россия находится на начальной стадии развития экономики знаний. Процесс институционализации экономики знаний в России проходит долгий и сложный путь. Структура экономики знаний реализуется во многих вещах, таких как законодательные и нормативные акты, различные организации, поэтому она изменчива, постоянно модифицируется и обновляется. Противоречивость современного этапа институционализации экономики знаний в России, связана, в первую очередь, с необходимостью реформирования сферы производства знаний и механизма их передачи для промышленного использования в российской экономике.

Таким образом, экономика знаний на сегодняшний день является одной из самых важных отраслей науки, так как всё человечество стоит на пороге новой эры - эры, где знания являются основной ценностью.

Список использованных источников:

1. Павлова О.Н. Экономика знаний: [Учебное пособие]. - Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2017. - 123 с.

2. Паникарова С. В. Стратегии и политика экономики знаний : учебное пособие / С. В. Паникарова, М. В. Власов. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. — 120 с.
3. Шинкевич, А. И. Институциональное обеспечение накопления интеллектуального капитала в экономике знаний / А. И. Шинкевич, С. С. Кудрявцева, М. В. Шинкевич ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. — Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2015. — 284 с.

Иваненко И.А., к.э.н., доцент,
Якубенко И.Ю.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь

ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ ОФФШОРОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современно-классический формат оффшорных зон эволюционирует и преобразуется под влиянием времени и отношении развитых стран к данной юрисдикции. Зарождение этого процесса началось при распаде колониальной системы, что способствовало образованию большого количества островных государств. Вопрос развития экономики, социальной, научно-технической сферы, было важной задачей по развитию новых государств. Возможность привлечения инвестиций путём предоставления зон с малыми иногда нулевыми налогами, также конфиденциальностью данных о владельцах компаний привлекали бизнесменов из различных сфер экономики. Данные условия могли значительно уменьшить налоговую нагрузку путём переноса бизнеса в оффшорные зоны.

Следует отметить, что прототип современных оффшорных зон появился ещё в древней Греции. В городе Афины был введён налог на экспорт и импорт, составляющий два процента, во избежание уплаты налога купцы объезжали данный город за десятки миль. Вскоре для завоза товаров использовали соседствующие острова.

Развитие оффшорных зон в современном их понимании началось в XX веке, «...первые классические оффшорные зоны появились в Панаме и Люксембурге еще в 1930-е гг.» [3, с 2]. На данный момент насчитывается более 50 стран на территории которых в той или иной степени реализованы оффшорные зоны. До 1950-х гг. оффшоры были не сильно популярны и развивались скачкообразно, однако следующие 30 лет зарождались первые примитивные схемы. Оффшорные зоны отражали хорошую динамику в развитии государств, путём вовлечение следующих условий:

- трудоустройство местного населения;
- увеличения численности населения страны;
- внедрение современных инструментов в финансовую сферу;

- открытие филиалов мировых банков;
- повышение качества жизни;
- расширение международного сообщения;
- поступление валютно-финансовых средств;
- развитие различных сфер экономики;
- увеличение предложения в сфере услуг (бизнес; юридические, туризм);
- интеграция в международную экономику;
- развитие туризма;
- повышение уровня квалификации населения;

Выше перечисленные благоприятные условия побуждали всё большее количество стран, создавать на своей территории оффшорные зоны. С 1980 оффшоры приобретали всё большую популярность за счет развития валютно-финансового контроля и внешней политике США. Значительное развитие и усложнение оффшорных схем прошло с 1990-х по 2005-г. Также в период 1990-х гг. появились первое международное антиоффшорное регулирование. В 2000-х гг. начинается жесткое регулирование оффшоров, связанное в основном с скандалами в финансировании терроризма, терактов и «отмывания денег». Обеспечивалось данная деятельность благодаря анонимности и скрытой финансовой деятельности компаний. 2005-2015 гг., для которого характерны следующие черты: постепенная трансформация оффшорного бизнеса и его адаптация к сложившимся механизмам государственного контроля; удлинение и усложнение оффшорных схем и организационно-правовых форм их реализации; попытки создания механизма антиоффшорного регулирования на межправительственном уровне [3, с 3]. В деятельности оффшоров существуют плюсы и минусы, рассмотренные в таблице.

Таблица

Позитивные и негативные факторы деятельности оффшорных юрисдикций [1]

Позитивные факторы	Негативные факторы
Политическая гибкость, готовность к компромиссам при регулировании правового статуса оффшорной юрисдикции	Неоправданная жёсткость позиции, консерватизм, отказ от дискуссии при принятии решений о создании и развитии оффшора
Сотрудничество с международными и региональными организациями и регуляторами (ООН, ВБ/МВФ, ОЭСР, ФАТФ, ЕАГ, группа «Эгмонт» и др.), а также с государствами на двусторонней и многосторонней основе	Попадание под усиленный мониторинг со стороны международных и региональных регуляторов, а также в различного рода «чёрные списки», стран и территорий, не принимающих должных мер по борьбе с легализацией (отмыванием) преступных доходов и финансированием терроризма (ЛОД/ФТ)

Реформы национального законодательства в соответствии с международными стандартами в сфере ЛОД/ФТ в сторону достижения большей прозрачности сектора оффшорных услуг	Отказ от информационного обмена в сфере ЛОД/ФТ, сохранение инструментов неоправданной конфиденциальности при раскрытии банковской тайны, анонимности истинных бенефициаров (номерные счета, акции на предъявителя, закрытость реестра компаний и т.п.)
Использование доходов от регистрации и деятельности оффшорных компаний для развития других отраслей национальной экономики	Специализация исключительно на предоставлении финансовых услуг
Стабильность внутренней политической и экономической ситуации	Политические и экономические кризисы

На данный момент оффшорные зоны можно разделить на определённые группы, согласно критериям, таким как: географические, налогообложение, порядок регистрации бизнеса, конфиденциальность, сотрудничество с международными организациями, финансовая отчетность. Оффшоры можно разделить на «Оффшоры», «Оншоры», «Мидшоры» [2].

Классические оффшоры, основную часть которых составляют островные государства со слабо развитой экономикой. Оффшорные компании являются основными инвесторами и составляют значительную часть притока средств в бюджет страны. Как правило в подобных зонах отсутствуют требования к бухгалтерской отчётности и налоговая нагрузка низкая или нулевая. Пример: острова Теркс и Кайкос, Ангилья и др.

Оншоры – перспективные юрисдикции, с возможностью льготного ведения бизнеса. Также используется для повышения имиджа, солидности бизнеса. Регистрация компании в данной юрисдикции помогает избежать проблемы двойного налогообложения и более эффективного налогового планирования. Пример: Великобритания, Кипр и др.

Мидшоры – зоны с низким налогообложением, но в частых случаях обязательной, регулярной финансовой отчетности. Следует отметить обязательное назначение директоров компаний. Пример: Панама, Гонконг и др.

В современных условиях давления центральных банков разных стран, в большинстве оффшорных зон вступил в силу закон о обеспечения физического присутствия компании. У оффшорных зон нет единого регулятора как такового, в основном надзор осуществляется со стороны МВФ, и развитых стран. ОЭСР и ФАТФ введут отчеты о оффшорах и составляют классификации, списки «белых», «серых», «черных» зон. В Российской Федерации также составляются списки на оффшоров [2].

Таким образом, согласно вышеперечисленному следует что оффшорные зоны являются перспективным выбором для стран не обладающих природными ресурсами, развитой экономики и других фактор способствующих развитию. Однако в истории случались оффшорные скандалы, примером служит выставленная в интернет утечка октября 2021 года прозванная «ящик Пандоры». Подобные скандалы связанные с коррупцией и финансированием

мирового терроризма накладывают тёмный отпечаток на всей оффшорной юрисдикции. Вследствие развитые страны начали регулирование данной отрасли мировой экономики, что привело к расслоению на белые, серые и черные списки.

Список использованных источников:

1. Байрактар И.А., Кунцевич В.П. Оффшорный бизнес: феноменологическая характеристика и основные направления развития в условиях цифровой трансформации // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика . 2019. №4 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/offshornyu-biznes-fenomenologicheskaya-harakteristika-i-osnovnyie-napravleniya-razvitiya-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii>
2. Кушу С.О., Бобок Д.Г. Проблема использования офшорных зон как способ избежания выплаты налогов // ЕГИ. 2019. №23 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-ispolzovaniya-ofshornyh-zon-kak-sposob-izbezhanija-vyplaty-nalogov>
3. Михайлин А.Н., Смирнов Е.Н. Эволюция и современный этап функционирования оффшорных зон в зарубежной и российской практике // Вестник евразийской науки. 2018. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-i-sovremennyy-etap-funktsionirovaniya-offshornyh-zon-v-zarubezhnoy-i-rossiyskoj-praktike>

Кузьменко С.С., ст. преподаватель,
Володина Е.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ КОНЬЮНКТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Мировой рынок косметических средств функционирует в условиях олигополии. Крупнейшие парфюмерно-косметические ТНК влияют на развитие исследуемого рынка, активно участвуют в регулировании основных бизнес-процессов. Перспективные направления развития мирового рынка косметических средств в условиях конъюнктурных трансформаций представлены на рис. 1.

Косметические продукты, такие как средства для ухода за кожей, волосами и парфюм, являются наиболее продаваемой продукцией в Интернете. Компании сосредотачиваются на онлайн-маркетинговых кампаниях, которые увеличивают доходы при низких инвестициях. На рынке наблюдается тенденция к формированию многонациональных компаний, создающих веб-сайты, специфические Facebook аккаунты и профили Twitter, чтобы удовлетворить потребности своих покупателей.

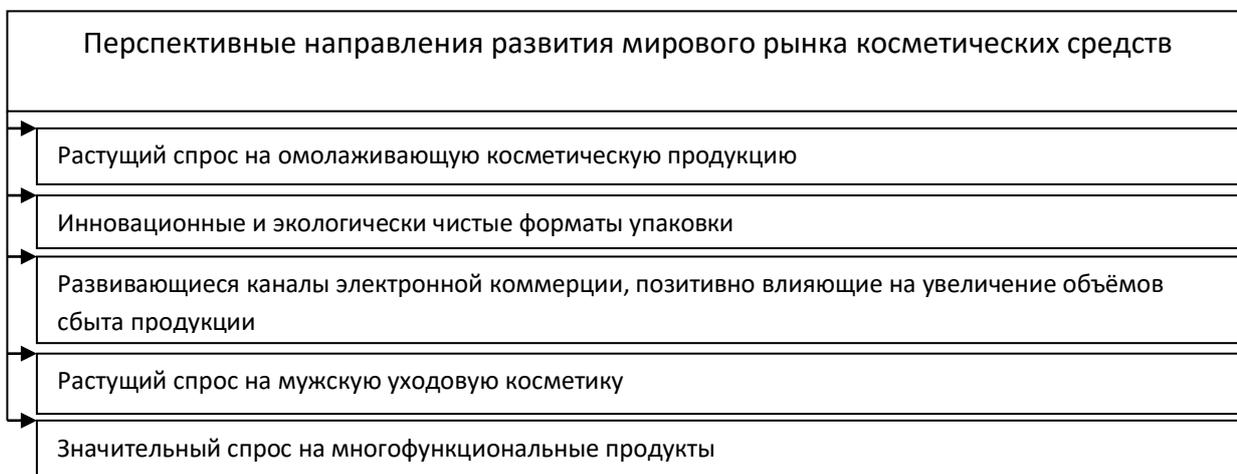


Рисунок 1 – Перспективные направления развития мирового рынка косметических средств в условиях конъюнктурных трансформаций

Этот сектор приобретает распространение в силу того, что различные продукты могут быть доступны «только в Интернете». Благодаря более глубокому внедрению в повседневную жизнь социальных сетей, а также стремлению пользователей к самовыражению и использованию новых технологий, сектор декоративной косметики превзошёл по своим результатам другие сегменты рынка в 2019 г.

Рост сбыта средств для макияжа достиг 7 %, что является самым высоким показателем в 2009-2019 гг. Покупатели, постоянно испытывающие нехватку времени, желают более интуитивно понятного шопинга. Для этого косметические компании используют новые технологии, которые могут интерпретировать выражении лица и движения глаз, чтобы определить их предпочтения в товарах и предложить помощь в их выборе, как в реальном магазине, так и в Интернете. Цифровые технологии становятся неотъемлемой частью индустрии красоты, что проявляется в следующем:

1) 67 % американских покупателей iGeneration (поклонники техники Apple) в возрасте 18-22 лет предпочитают искать информацию о продукте в магазине на своём мобильном устройстве, а не спрашивать продавца;

2) 35 % китайских покупателей косметики в возрасте 20-49 лет нуждаются в мобильном приложении, которое рекомендует косметическую продукцию на основе их потребностей;

3) 33 % покупателей Испании предпочитают искать информацию о косметике в социальных сетях и заинтересованы в покупке косметических продуктов непосредственно через социальные каналы;

4) 30 % покупателей косметических товаров в Великобритании заинтересованы в цифровых экранах для поиска информации о продукте в магазине.

Особенное внимание посвящается использованию цифровых технологий для примерки виртуальной косметики. Производители продолжают активно разрабатывать всевозможные девайсы и программы, позволяющие «попробовать» косметику на себе, не нанося её. В 2019 г. компания L’Oreal расширяет своё цифровое присутствие, сотрудничая с Perfect Corp, а Google признала лучшим мобильное приложение Nivea.

Основным фактором, который стимулирует глобальный рынок косметических продуктов и средств личной гигиены, является желание сохранить молодость и приятную внешность, которые свойственны всем категориям населения. Страх перед старением приводит к растущему спросу на омолаживающие продукты. При этом глобальная тенденция характерна не только для пожилых людей. Многие потребители стремятся выглядеть младше своего биологического возраста. Эти покупатели постоянно ищут новые и эффективные средства против старения, которые уменьшают пятна, морщины, а также любые другие недостатки кожных покровов, что позволяет коже лица выглядеть ярче и моложе. Преобладающее проникновение смартфонов и Интернета становится эффективным средством роста для электронной коммерции и онлайн-продаж косметических продуктов.

В 2019 г. категория продуктов ухода за кожей занимала наибольшую долю среди различных сегментов продукции. Повышение осведомлённости о ритуалах по уходу за кожей, стремление поддерживать ровный тонус кожи и желание выглядеть красиво и молодыми, стимулирует продажи продукта, позволяя глубже проникать и расширяться на новые рынки. Премиум-сегмент косметической продукции остаётся движущей силой мировой индустрии красоты. Прогнозируется, что в 2020-2022 гг. эта категория рынка вырастет на 1/3, а её глобальная стоимость составит 463 млрд. долл.

Таким образом, мировой рынок косметики и продуктов личной гигиены в ближайшие годы будет развиваться со среднегодовыми темпами роста на уровне 2,81 %. При этом основными движущими силами такого роста станут следующие составляющие:

- 1) растущий спрос на омолаживающую косметическую продукцию;
- 2) инновационные и экологически чистые форматы упаковки;
- 3) развивающиеся каналы электронной коммерции, позитивно влияющие на увеличение объёмов сбыта продукции;
- 4) растущий спрос на мужскую уходовую косметику;
- 5) значительный спрос на многофункциональные продукты.

Список использованных источников:

1. Рынок косметики и парфюмерии: взгляд GFK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/rynok-kosmetiki-i-parfyumerii-vzglyad-gfk.html>
2. Мировой рынок косметических средств: новинки, главные тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lady-rf.ru/mirovoj-rynok-kosmeticheskikh-sredstv-novinki-glavnye-trendy/>

ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ЖИВОТНОВОДСТВА

Животноводство обеспечивает около 1,3 млрд. чел., большое количество которых относится к бедным и уязвимым группам населения, способствует во многих регионах мира созданию производственно-сбытовых цепей в сфере продовольствия, формированию доходов и занятости и содействует развитию сельских территорий. В связи целесообразным является:

1) содействовать ответственным государственным и частным инвестициям в животноводство в целях повышения производительности, укрепления производственно-сбытовых цепей и улучшения доступа к местным, национальным и глобальным рынкам;

2) содействовать внедрению руководящих принципов ДРПРВ и принципов ОИСХ;

3) укреплять позицию фермеров и работников в производственно-сбытовых цепях и обеспечивать, чтобы их условия труда и жизни соответствовали положениям конвенций Международной организации труда (МОТ), защищались национальным законодательством и обеспечивали адекватные средства к существованию;

4) подтвердить значение основанных на правилах торговых систем в целях поддержки эффективного устойчивого и безопасного производства пищевых продуктов и продовольственного снабжения, а также необходимость устранения дискриминационных барьеров в торговле и продолжения процесса реформы ВТО в области торговли сельскохозяйственной продукцией;

5) обеспечить равный доступ женщин и мужчин к общему и профессиональному образованию в целях содействия распространению знаний, технологий, включая цифровые технологии, и практик;

6) расширить законодательно урегулированный доступ всех фермеров, в частности, мелких фермеров, молодых фермеров и фермеров женского пола к земле, другим природным ресурсам, финансовым средствам и рынкам;

7) поддерживать инициативы в работе с молодежью, включая инициативы в области общего и профессионального образования, консультационных услуг в сельской местности и инклюзивное финансирование;

8) обеспечивать предоставление меньшинствам равных прав и защиту прав коренных сообществ.

Животноводство является крупным потребителем природных ресурсов и отвечает за 14,5 % всех глобальных антропогенных выбросов парниковых газов. Улучшения в этом секторе могут внести существенный вклад в борьбу с изменением климата:

1) сократить выбросы парниковых газов в животноводстве путем повышения его производительности и одновременного выполнения требований в области защиты здоровья и благополучия животных;

2) свести к минимуму потери и нерациональный расход воды, энергии и питательных веществ, в частности путем улучшения интеграции животноводства в биоэкономику замкнутого цикла;

3) содействовать адаптации животноводства к последствиям изменения климата;

4) поддерживать создание в области сельского хозяйства адаптированных к местным условиям производственно-сбытовых цепей, включающих в себя также заготовку кормов, в целях обеспечения эффективного и рационального использования ресурсов и защиты экосистем и биологического разнообразия;

5) содействовать внедрению адаптированных к местным условиям и традиционных систем содержания животных, как, например, пастбищное содержание, если они являются формой рационального использования экосистем и способствуют обеспечению снабжения пищевыми продуктами и средств к существованию;

6) сохранять и рационально использовать многообразие пород и прочих генетических ресурсов животных;

7) поощрять и поддерживать международное сотрудничество в области научных исследований, направленных на сокращение интенсивности выбросов парниковых газов в области животноводства, в том числе путем восстановления пастбищ и использования методов связывания углерода в почве;

8) поддерживать наращивание потенциала и обмен информацией о передовых методах в этих сферах, а также в связи с разработкой точных методов измерения выбросов парниковых газов, обусловленных животноводством.

При условии обеспечения достаточного доступа к ветеринарным услугам и улучшения систем содержания животных, имея в виду здоровье и благополучие животных, можно было бы увеличить глобальное производство животноводческой продукции на 20 %. В связи с этим рекомендуется:

1) улучшать здоровье и повышать уровень защиты благополучия животных путем поддержки внедрения передовой практики в области содержания животных, защиты от биологических угроз и обеспечения биологической безопасности, инноваций, технологий, практик и обмена знаниями;

2) обеспечивать фермерам доступ к ветеринарным услугам и консультационной поддержке по ветеринарным вопросам, а также эффективным ветеринарным лекарственным препаратам и тем самым защищать животных и людей от вспышек и распространения болезней животных, в частности зоонозов;

3) ограничивать возникновение и распространение устойчивости к противомикробным препаратам в соответствии с подходом «Одно здоровье для

всех» и стремиться к тому, чтобы противомикробные препараты в ветеринарной медицине применялись исключительно для терапевтических целей;

4) усилить регулирование использования ветеринарных лекарственных препаратов с целью совершенствования законодательства, чтобы появилась возможность бороться с производством и сбытом контрафактной продукции и низкокачественных продуктов;

5) привести селекцию и содержание животных в большее соответствие с ожиданиями потребителей;

6) обеспечить выполнение государствами своей обязанности незамедлительно уведомлять МЭБ о вспышках болезней животных и поддерживать модернизацию работающей на базе интернета Всемирной информационной системы по здоровью животных (WAHIS+);

7) укреплять международное сотрудничество и, в частности, повышать эффективность национальных и трансграничных мер по борьбе с болезнями животных, прежде всего на местах, с помощью созданных организациями ФАО и МЭБ совместного Глобального механизма для прогрессивных методов борьбы с трансграничными болезнями животных (GF-TAD);

8) оказывать национальным ветеринарным службам содействие в развитии политических мер и стратегий, направленных на внедрение и совершенствование эффективных и действенных мер по профилактике болезней, борьбе с ними и ликвидации болезней.

Список использованных источников:

1. Устойчивое животноводство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iaea.org/ru/temy/ustoychivoe-zhivotnovodstvo>
2. Морозов, Н.М. Модернизация животноводства и инновационная техника – важные факторы повышения эффективности производства продукции животноводства / Н.М. Морозов, Т.Ю. Морозова // Техника и оборудование для села, 2017, № 2. – С. 2-6.
3. Михалев, В.В. Перспективы развития новых технологий в животноводстве с учётом реализации национального приоритетного проекта «Ускоренное развитие животноводства» / В.В. Михалев // Вестник Дальневосточного государственного аграрного университета, 2017, № 3 (3). – С. 36-39
4. Комюнике всемирного форума по продовольственному и сельскому хозяйству (GFFA) – 2018 «Развитие устойчивого ответственного и эффективного животноводства будущего» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/newsroom/docs/Russisch_final.pdf

ГЛОБАЛЬНЫЙ СЕКТОР ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Сектор дистрибьюторских услуг, включающий услуги комиссионных агентов, оптовой и розничной торговли и франчайзинга претерпел значительные изменения под воздействием пандемии, вызванной COVID-19, в сторону онлайн-продаж. Это связано с тем, что пандемия оказала значительное влияние на службы распределения и цепочки поставок, так как меры социального дистанцирования в большинстве стран включали закрытие магазинов, которые торгуют товарами отличными от товаров первой необходимости (то есть продуктовые магазины и аптечные пункты). Такие ограничения значительно повлияли на поставки услуг способом 3, который имеет наибольшее значение в данном секторе.

Так на пике вспышки заболеваемости и во время действия наиболее жестких ограничительных мер в КНР, данные, опубликованные Национальным статистическим бюро, свидетельствуют, что розничная торговля снизилась на 20,5% по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. При этом, несмотря на то, что продажи в розничных магазинах в Китае начали демонстрировать рост во втором квартале 2020 г. после снятия ограничений, они не восстановились до докризисного уровня [1].

Аналогичные тенденции с незначительными отклонениями наблюдались и в других странах в зависимости от жесткости проводимой политики ограничительных мер и социального дистанцирования. Например, в Великобритании объем розничных продаж снизился на 18% на пике вспышки пандемии в стране, так как все торговые точки, за исключением продуктовых магазинов и аптечных пунктов подлежали закрытию во время локдауна. Во многих странах, как развитых, так и развивающихся, большое количество ритейлеров подали заявления о банкротстве или закрыли свои торговые точки. Наиболее негативное влияние на сектор оптовой и розничной торговли, выраженное в сокращении рабочих мест и проведении процедуры банкротства, по данным ВТО пандемия оказала на страны Африки [2]. При этом на основании аналитических данных ЮНКТАД в контексте международной «оффлайн»-торговли дистрибьюторскими услугами в разрезе регионов емкость данного сектора в 2020 г. сократилась следующим образом:

- 1) Европа – снижение на 8,6 млрд. долл. (9,2%);
- 2) Азия – снижение на 6,5 млрд. долл. (12,8%);
- 3) Северная Америка – 3,2 млрд. долл. (33%);
- 4) Южная Америка и Карибский бассейн – 0,77 млрд. долл. (40,1%);
- 5) Африка – 0,45 млрд. долл. (26,4%);
- 6) Австралия и Океания – 0,57 млрд. долл. (49,5%).

Ввиду закрытия многих предприятий розничной торговли второстепенными товарами и мероприятий по обеспечению социального дистанцирования в мире активизировался процесс увеличения объема онлайн-продаж оптовыми и розничными торговыми сетями, особенно это касается товаров для здоровья и дома. Сталкиваясь с сокращением или полным отсутствием «очной» посещаемости, множество крупных компаний переходят или расширяют свое присутствие в Интернете и предлагают услуги доставки и самовывоза.

В Китае в начале 2020 г. онлайн-продажи определенных товаров, которые традиционно имели ограниченное проникновение в Интернет, например, различные товары повседневного спроса, выросли на 50-150% по сравнению с 2019 г. Однако сокращение расходов домашних хозяйств в результате экономического спада и неопределенности отрицательно сказывается на продажах второстепенных товаров как через онлайн-платформы, так и в обычных магазинах. Онлайн-продажи дискреционных товаров (например, алкоголя) остались на том же уровне, в то время как продажи второстепенных товаров снизились [1]. В США розничные онлайн-продажи в первом квартале 2020 г. выросли на 14,5% по сравнению с предыдущим годом. В Саудовской Аравии местный интернет-магазин BinDawood сообщил, что его средние продажи за данный период выросли на 200%, а в Индонезии интернет-центр Vlibli сообщил об увеличении продаж ряда товаров для дома, в том числе бакалейных товаров на 150% [3].

Таким образом, пандемия, вызванная COVID-19, становится предпосылкой к ускорению перехода к продаже потребительских товаров через онлайн-платформы, поскольку для потребителей характерны определенные привычки, а розничные продавцы, в том числе традиционные поставщики обычных товаров, активизируют усилия по расширению своих онлайн-операций. Тем не менее, новые интернет-магазины сталкиваются с различными проблемами, включая недостаток опыта деятельности в данной сфере, низкий уровень торговых запасов и трудности с цепочкой поставок, которые вызывают задержки в доставке и нарушают трансграничную электронную торговлю. Воздействие на сектор распределения, включая его онлайн-сегмент, может различаться в зависимости от страны в результате разных подходов к политике ограничительных мер, жесткости локдауна, а также базового уровня развития электронной торговли.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт: Национальное бюро статистики Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/english/>
2. Trade in services in the context of COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/services_report_e.pdf
3. E-commerce provides economic boost for Indonesia as shoppers migrate online during the Covid-19 pandemic [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://oxfordbusinessgroup.com/news/e-commerce-provides-economic-boost-indonesia-shoppers-migrate-online-during-covid-19-pandemic?utm_source=feed&utm_medium=rss&utm_campaign=eus_all_all

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

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ

Нефть – ключевой энергоноситель на мировом рынке. Данное минеральное сырье бывает разных видов и сортов, но наиболее распространенным является сырая нефть. В чистом виде она не используется, основным направлением применения – это переработка. В результате переработки из данного минерального сырья можно получить такие популярные на рынке товары, как бензин, дизельное топливо, машинные масла, керосин.

Тенденции и конъюнктура мирового рынка нефти напрямую влияют на мировую экономику, определяют темпы ее развития, способствуют экономическому росту (или вызывают его замедление) и во многом определяют курс экономического развития каждой отдельной страны. Более того, этот рынок превратился в своеобразную политическую арену, доминирование на которой позволяет влиять на внешнюю политику многих государств.

На данный момент основной тенденцией развития рынка нефти для развивающихся стран является увеличение потребления сырья, а для развитых стран – сохранение и использование альтернативных источников энергии.

Мировой рынок нефти постоянно перемещается между странами и регионами. Этот процесс происходит с целью поиска дополнительных мощностей по переработке сырья или новых потребителей. Цена на транспортировку сырой нефти снижается, поэтому выгодно осуществлять ее переработку ближе к потребителям. Кроме того, для стран потребителей очень важно обеспечивать поставки именно сырой нефти, и уже на месте осуществлять переработку согласно собственным экономическим потребностям. В табл. 1 показаны основные объемы производства нефти в мире в период 2017-2020 гг.

Таблица 1 – Динамика объемов производства нефти в мире на конец года в период с 2017-2020 гг., (млн барр./день)

	2017	2018	2019	2020	Изм. 2020/2019 гг., %	Доля в мир. произв. 2020 г., %
ОПЕК	39,5	37,7	34,7	30,0	-13,5	32,5
Саудовская Аравия	12,0	12,8	11,8	10,9	-7,6	11,8
США	14,1	16,6	17,9	16,2	-9,5	17,5

	2017	2018	2019	2020	Изм. 2020/2019 гг., %	Доля в мир. произв. 2020 г., %
Россия	11,3	11,7	11,6	10,4	-10,3	11,3
Мир	98,2	102,3	101,6	92,4	-9,1	100

*Составлено автором на основании данных [2-5]

По данным таблицы 1 можно сделать выводы о том, что в период с 2018-2020 год лидером по производству нефти является международная межправительственная организация ОПЕК, созданная нефтедобывающими странами. Она имеет наибольший объем производства 30,0 млн барр./день в 2020 году (доля в мире 32,5%). Самый большой объем производства нефти среди стран, входящих в ОПЕК, имеет Саудовская Аравия – 10,9 млн барр./день в 2020 году (доля в мире 11,8%).

Если рассматривать объемы производства только по странам, то первое место занимает США – 16,2 млн барр./день (доля в мире 17,5%). На втором месте находится Саудовская Аравия, о которой упоминалось ранее. Третье место – Российская Федерация с объемом производства 10,4 млн барр./день в 2020 году (доля в мире 11,3%).

Рассматривая таблицу 1, можно отметить падение объемов производства нефти за последние несколько лет. В целом они снизились на 5-15% по сравнению с предыдущим годом. Существенное влияние на это оказала коронавирусная пандемия, в результате которой были закрыты границы и введен карантин, после которых спрос на нефть существенно снизился. Снижение спроса, в т. ч. со стороны Китая, который является одним из основных импортеров нефти, привело к падению цен на нефть. Так на нефть марок Brent и WTI в начале 2020 года цены упали ниже 20 долларов США за баррель (рис. 1), при этом потеряв почти 70% в стоимости, а емкость хранилищ приблизилась к своему пределу [1].

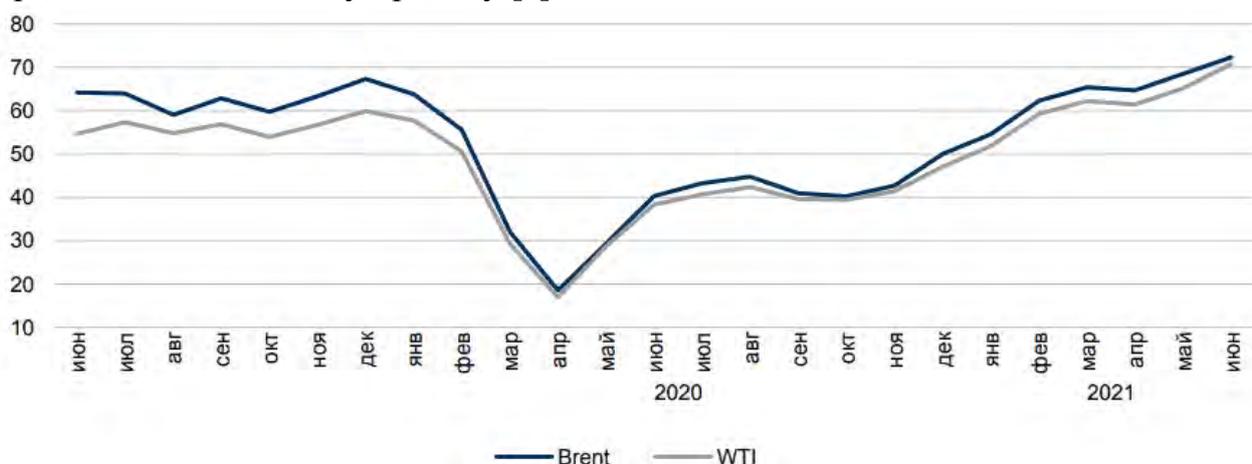


Рисунок 1 – Среднемесячные цены на нефть WTI и Brent (долл./барр.) [5]

За стремительным падением цен на нефть следует постепенный рост благодаря принятым мерам против COVID-19, началу массовой вакцинации и решению ОПЕК по поэтапному наращиванию нефтедобычи. Однако высокая

заболеваемость, смертность и новый этап карантинных ограничений позволяют пока с осторожностью относиться к перспективам рынка нефти.

Для импортеров из Европы, Индии, Китая и Японии падение цен на нефть является выгодным, в то время как для экспортеров нефти, таких как ОПЕК, страны Латинской Америки и Россия, этот вариант не очень благоприятен. Для импортеров нефти снижение цены на нефть более выгодно, так как сама цена импорта падает. Это уменьшает дефицит текущего счета. И наоборот, падение цен для экспортеров снижает стоимость экспорта и приводит к уменьшению торгового сальдо.

Подводя итог, нужно сказать, что сегодня мировой рынок нефти является глобальным рынком, которому присущи непрерывные изменения, влияющие как на потребление нефти и продукты ее переработки, так и на возможности мирового производства. Мир пытается постоянно контролировать цену на такое сырье, как нефть, потому что серьезные колебания могут привести к катастрофическим проблемам мировой экономики, а именно экологических, социальных, политических, и прежде всего экономических.

Список использованных источников:

1. Зайцева О. П., Герасименко О. А. Влияние коронавируса на нефтяной рынок // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. - 2020. – № 4 (23)
2. Энергетический бюллетень. Выпуск № 67, декабрь 2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/20218.pdf>
3. Энергетический бюллетень. Выпуск № 78, ноябрь 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/26070.pdf>
4. Энергетический бюллетень. Выпуск № 91, декабрь 2020 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/energo/energo_dec_2020.pdf
5. Энергетический бюллетень. Выпуск № 97, июнь 2021 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/energo/2021/energo_june21.pdf

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

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международная торговля — система международных товарно-денежных отношений, складывающаяся из внешней торговли всех стран мира.

Эта система является важной составляющей экономики практически всех стран мира. От положения страны на мировом рынке напрямую зависит экономика страны и ее влияние на международную торговлю. Через торговлю реализуется международное разделение труда, преимущества которого связаны

с повышением эффективности производства, снижением издержек производства и поиском наилучшего удовлетворения экономических интересов.

Понятие международной торговли зародилось XVI—XVIII веках. Именно развитие международной торговли послужило зарождению развития нового времени. Термин мировая торговля впервые использовал в XII веке итальянский учёный-экономист Антонио Маргаретти.

Именно с развитием международной торговли началось развитие мира таким, каким мы его сейчас видим.

Каждая страна мира пытается занять лидирующие позиции на мировом рынке, связано это в основном с некоторыми преимуществами (рис.1).

В настоящее время лидирующие позиции на международном рынке среди всех стран мира занимает Китай, США, Германия, Россия и Япония.

Значимое место в мировой торговле занимает Российская Федерация.

В основном Российская Федерация экспортирует на международный рынок нефть и нефтепродукты, газ, уголь, металлургическую и химическую продукцию, машины и оборудование, вооружение, продовольствие.

С 22 августа 2012 года Россия является членом Всемирной торговой организации. Доля России в мировой торговле значительно велика, Россия в основном экспортирует природные ресурсы.

Введение многими странами санкций значительно повлияло на международную торговлю и в целом на экономику России. Связано это в первую очередь с потерей стратегических партнеров России по мировой торговле, а также с прекращением сотрудничества с Украиной.

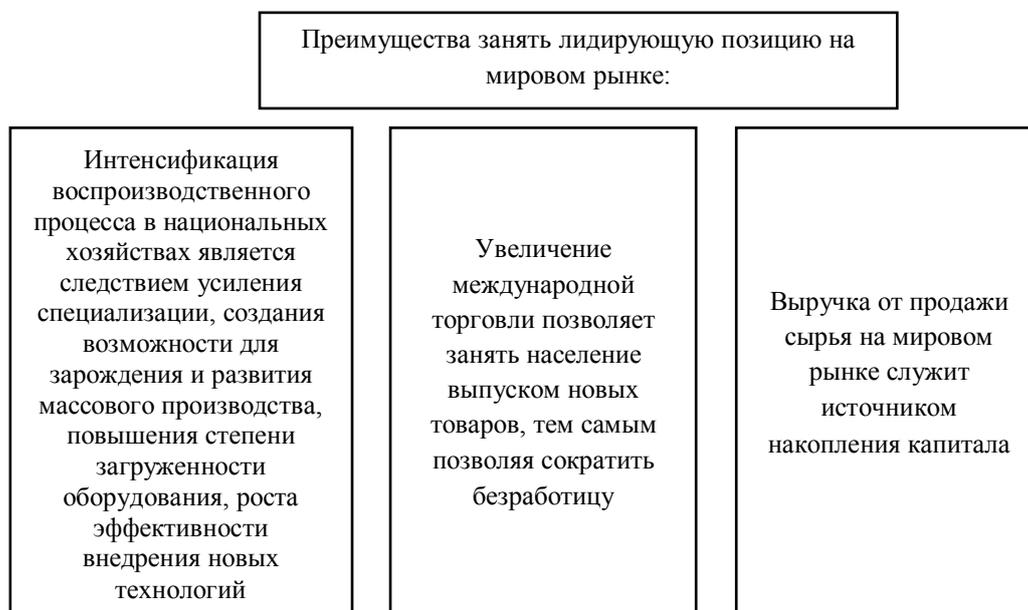


Рисунок 1—Преимущества занять лидирующую позицию на мировом рынке

Как говорится в сообщении Федеральной таможенной службы, экспорт Российской Федерации за 2019 год уменьшился на 6% примерно до 424,6 млрд долл., а импорт вырос на 2,7% - до 247,4 млрд долл. Это говорит о влиянии санкций на экономику нашей страны и о том, что во многих отраслях нашей

экономики наблюдаются видимые спады, что говорит о проблемах, которые выявились в связи с введением санкций.[1]

По данным Банка России внешнеэкономический оборот в России за 2020 г. составил около 571,5 млрд долларов, в том числе экспорт - 331,7 млрд долларов, а импорт - 239,7 млрд долларов. Убыток от внешнеэкономического оборота в связи с пандемией составил 101 млрд долларов, что негативно отражается на экономике Российской Федерации [2].

Непосредственно мировая торговля в последний год затронула все сферы экономической жизни практически всех стран мира. С введением коронавирусных ограничений международная торговля стала практически невозможна.

По оценке Euler Hermes потери всех стран мира от введения карантинных ограничений составили практически 320 млрд долларов в квартал, что может привести к мировому финансовому кризису в будущем.[3]

Больше всех от введения коронавирусных мер пострадал Китай. По данным того же Euler Hermes Китай терял практически 108 млрд долларов от торговли товарами, тем самым став лидером по потерям в экономике.[3]

Так же стоит отметить, что больше всего из-за введения коронавирусных ограничений пострадала сфера туризма.

В настоящее время в мировой торговле наблюдается значительный спад. Это связано с введением санкций, мировым финансовым кризисом и введением многими странами коронавирусных ограничений.

Это негативно влияет на экономику всех стран мира и особенно России. Экономику России надо значительно укреплять и внедрять новые пути по развитию международной торговли.

Самой значимой проблемой является снижение мировой торговли в условиях коронавирусной инфекции. Это связано с полным или частичным закрытием границ. Для решения этой проблемы можно предложить следующие методы(рис.2).

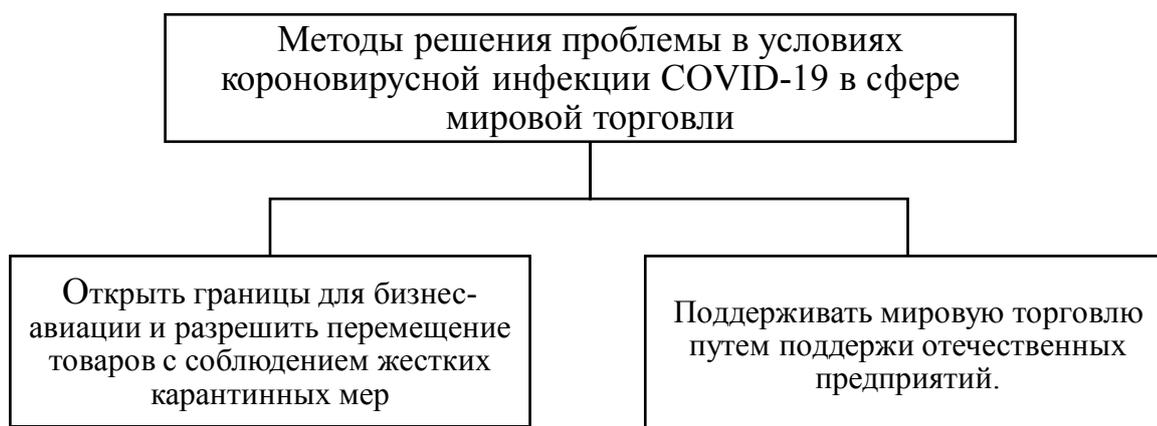


Рисунок 2 – Методы решения проблемы в условиях коронавирусной инфекции COVID–19 в сфере мировой торговли

Такие методы помогут сохранить от банкротства многие предприятия, которые занимаются внешнеэкономической деятельностью, сохранив тем самым темпы развития международной торговли.

Еще одной проблемой является то, что многие страны ввели санкции, усложнив положение Российской Федерации в международной торговле. Для решения этой проблемы целесообразно будет снизить торговые отношения России со странами Европы и увеличить торговый оборот со странами Азии, Африки и Южной Америки. Можно отметить, что было бы приоритетно наладить более выгодные торговые отношения с Австралией. Это позволило бы значительно укрепить позиции России на мировом торговом рынке.

Подводя итог, можно сделать следующие выводы: в последний год в связи с мировым финансовым кризисом и введением ограничений, в связи с распространением коронавирусной инфекции показатели мировой торговли значительно упали. Не остается сомнений, что при внедрении выше перечисленных методов мы сможем значительно укрепить позиции Российской Федерации в мировой торговле и увеличить торговлю товарами в условиях пандемии COVID-19.

Список использованных источников:

1. Сайт ФТС России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://customs.gov.ru/>
2. Сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
3. Сайт EULER HERMES. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.eulerhermes.com/ru_RU/latestnews/Coronavirus_loss_of_the_world_trade.html/

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

ЭКОНОМИКА КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В 21 ВЕКЕ

В начале 21 века Китайская Народная Республика (КНР) была ведущей промышленной сверхдержавой мира с точки зрения промышленного производства, а также космической и ядерной державой: была мировым лидером по производству угля, стали, марганца, свинца-цинка, древесины. Нефть, газ, редкоземельные металлы (молибден, ванадий, сурьма) и уран также широко добываются в КНР.

КНР - крупнейший в мире производитель большинства промышленных товаров; содержится самый крупный рогатый скот в мире: птицы, свиньи, овцы, козы, лошади, а также он является лидером в области рыболовства. Кроме того, КНР является крупнейшим производителем автомобилей в мире, производя

больше автомобилей в год, чем вместе взятые бывшие лидеры США и Япония [3].

Экономическое развитие наблюдается не только в КНР, но и в Японии. Поэтому можно рассмотреть общую экономическую модель (азиатскую модель экономики), которая характеризуется тремя факторами:

- высокая доля экономических сбережений и следовательно, большая экономия;
- ориентация на экспорт: без очень высоких показателей экспорта ни одна азиатская страна не может быстро развиваться. Это дает возможность нанять много людей - вывести рабочих из сельского хозяйства и перераспределить их на производство и услуги. Высокие экспортные ставки позволяют крупномасштабный импорт (сырье, техническая продукция).
- отсутствие демократии - нет многопартийности. Политическая система очень стабильна и успешна, с минимальной коррупцией (особенно так называемого произвола), стабильными институтами, относительно развитым коммерческим правом, гражданским правом и т.д. [1].

В настоящее время в Китае существует 5 специальных экономических зон (СЭЗ). Уникальный статус СЭЗ КНР привел к значительному успеху во внутреннем Китае. В сфере труда уровень жизни и индустриализация рабочих растут значительно быстрее, чем в среднем по стране. Зоны превратились в современную школу управления бизнесом, уникальную по своим размерам.

Основные государственные типы зон:

- Зоны технико-экономического развития (ЗТЭР);
- Зоны свободной торговли (ЗСТ);
- Зоны развития высокотехнологичного производства (ЗВТП);
- Зоны приграничного и экономического сотрудничества (ЗПЭС);
- Зоны экспортной обработки (ЗЭО) [3].

В 2020 году КНР - единственная крупная экономика в мире, избежавшая рецессию, вызванную эпидемией COVID-19. В декабре 2020 года китайский экспорт превысил ожидания из-за прерывания мирового спроса на китайские товары из-за коронавируса.

КНР показал высокую скорость восстановления после вспышки коронавируса и на фоне соперничества в торговле с США, указывает Reuters (одно из крупнейших в мире международных агентств новостей и финансовой информации). Экономика КНР быстро росла в четвертом квартале и к концу 2020 года находится в «замечательно хорошем» положении, несмотря на глобальную эпидемию. Рассмотрим динамику изменений ВВП КНР (табл. 1) [2].

Таблица 1– Изменение ВВП КНР

Год	Изменение	
	относительное	абсолютное
2016	+1,55%	+171,72 млрд. \$
2017	+9,59%	+1,08 трлн. \$
2018	+12,87%	+1,58 трлн. \$
2019	+2,77%	+385,12 млрд. \$
2020	+3,10%	+442,79 млрд. \$

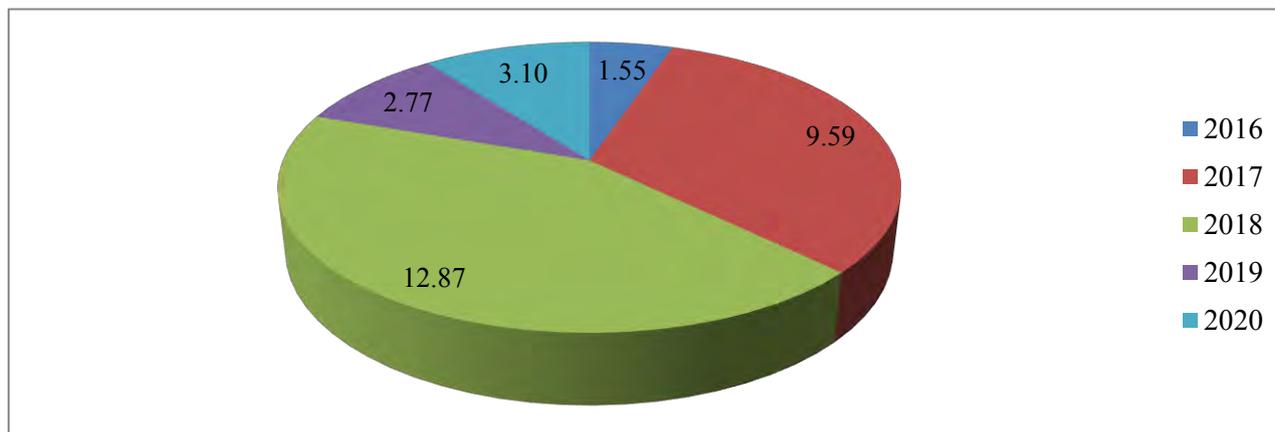


Рисунок 1 – Динамика изменений ВВП КНР по годам, %

К концу 2020 года ВВП КНР вырос на 3,1%. Изменения ВВП КНР за период 2016-2020 годов показали только положительные изменения, средний рост составляет 9,41% в год. Относительный рост ВВП был самым высоким в 2018 году (12,87%) за период с 2016 по 2020 года. В абсолютном выражении наибольший прирост также зафиксирован в 2018 году и составил 1,58 трлн. \$.

По общей производственной мощности экономики КНР занимает 7-е место среди стран: США, Японии, ФРГ, Франции, Италии и Великобритании. По объему валютных резервов уступает только Японии. КНР является крупнейшим производителем стали, цветного металла и угля в мире и вторым по величине производителем электроэнергии. Положение КНР в мировой экономике было четко определено: сборы зерна увеличились почти вдвое за 20 лет, производство мяса - в шесть раз, а рыба и морепродукты - в семь раз [2].

Если 20 лет назад КНР был «голодным», то сегодня он «кормит» не только себя. Весь мир имеет достаточное количество китайских товаров, качество которых довольно высокое. В основном развивался экспорт оружейной продукции по российскому лицензированию.

Тенденции развития китайской экономики показаны следующим образом: размер и структура хозяйства отдадут приоритет импортному замещению и экспортной ориентации экономики. В основе руководства КНР лежат методы эволюционного реформирования, гибкое балансирование интересов разных групп. Государственный контроль поддерживает стабильность общества.

КНР быстро стал экономически развитой страной и занял достойное место в мировой экономике.

Список использованных источников:

1. Ковалев М.М., Новик В.В. Феномен экономического развития КНР: Научное издание. Мн.: Издательский центр БГУ, 2019. - с.379-481.
2. Новости Ростова-на-Дону [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <https://rostov.rbc.ru>.
3. Тажельдинов К. Экономика КНР. Современные аспекты. - М.: Книга, 2018. - с.253-430.

Хаирова Э.А. , к.э.н., доцент,
Голуб В.

ГБОУВО РК «КИПУ имени Февзи Якубова», г. Симферополь

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Актуальность темы исследования обосновывается, прежде всего, тем, что распространение коронавирусной инфекции оставляет неизгладимый след на демографическом и экономическом развитии. Наиболее существенно в экономической структуре пострадали такие сферы, как торговля и услуги. Розничная торговля претерпела существенные изменения не только в темпах роста, но и в формах, именно поэтому в данном исследовании автор систематизирует наиболее ключевые тенденции развития сферы розничной торговли после влияния пандемии 2020 года.

Пандемия коронавируса и карантин вызвали невиданную за последнее столетие экономический кризис. Закрытие магазинов уменьшило спрос на товары, а спрос на некоторые услуги сократился почти на 100%. По последним расчетам Всемирной торговой организации, падение объемов международной торговли через COVID-19 в этом году 2020 году составило до 18,5%, что больно ударило по экспортоориентированным экономикам. Однако для России такая ситуация может наоборот быть выгодной.

Торговля представляется как одна из ключевых отраслей в структуре экономики Российской Федерации. Российский розничный рынок значителен по своим масштабам даже в сравнении на межстрановом уровне и является одним из крупнейших рынков Европы. В то же время, нельзя не отметить его зависимость от различных факторов, в особенности политического характера, что стало наиболее заметно после введения антироссийских санкций начиная с 2014 года. Если в 2012-2013 темпы роста оборота розничной торговли составляли в среднем 10%, то уже начиная с 2014 года их падение было вплоть до 1-2%.

Пандемия-2020 не могла не отразиться на динамике товарооборота в России, и в 2020 году розничный товарооборот продовольственных товаров упал на 2,6% - до 16,403 трлн рублей, непродовольственных товаров - на 5,2%, до 17,151 трлн рублей. В наибольшей степени в структуре товарооборота пострадали непродовольственные товары – розничный оборот

непродовольственных товаров по итогам 2020 года упал на 5,2% - вдвое сильнее, чем оборот продовольственных товаров.

Также нельзя не отметить изменения, которые коснулись потребительского поведения. Снижение темпов экономического развития привело к падению реальных доходов населения, что, соответственно, стимулировало переход населения на экономию – а именно на более дешевые продукты, совершение обдуманных покупок, снижение частоты появления на торговых объектах. Как справедливо подчеркивается в аналитических исследованиях: «Отрасль торговли традиционно является одним из ключевых доноров ВВП России, таким образом, падение товарооборота в 2020 году негативно сказалось и на экономике страны в целом – по данным ЦБ, сокращение ВВП по итогам года может составить 4%» [1].

Кроме сокращения доходов населения среди факторов, негативно отразившихся на развитии розничной торговли, можно также назвать ужесточение нормативно-правового регулирования (санитарно-гигиенического, правил расстановки товаров и запрет возврата скоропортящихся продуктов), уход из страны значительного числа ретейлеров, а также санкции и контрсанкции.

Аналитиками также отмечается, что влияние пандемии не только дало негативные тенденции, но и обострило те проблемы, которые были вызваны ранее принятыми Правительством России решениями: в частности, высокие ставки эквайринга и введение маркировки товаров, которое требует дополнительных затрат, увеличение НДС.

Если говорить об экономическом регулировании розничной торговли со стороны государства – в данном случае следует подчеркнуть двоякий характер. С одной стороны, государством принимались различные стимулирующие меры, задачей которых было удержание цен, недопущение развития дефицита товаров, а также попросту оказание финансовой помощи для покрытия различных обязательств предпринимателями и организациями. В то же время, профилактические меры были получены, прежде всего, теми, кто в них менее всего нуждался – крупными компаниями, сетевыми ритейлерами, чей бизнес развивается на территории всей страны, региональные же сетевые организации в большей степени прочувствовали недостаток финансовых средств и наступление кризисного состояния.

Обратим внимание на современную тенденцию, зародившуюся уже более чем десять лет назад, но в наибольшей степени получившей распространение именно в период карантинных ограничений – цифровизацию розничной торговли и развитие электронной коммерции. Прежде всего, пандемия-2020 стимулировала рост Интернет-торговли. Пандемия оставила неизгладимый след на потребительском рынке, сделав основными продуктами электронной коммерции товары, которые ранее редко покупались онлайн – предметы первой необходимости, а также товары для здоровья и личной гигиены. А удобство и скорость покупки – стали главными требованиями клиентов.

Некоторые бренды впервые столкнулись с необходимостью продажи товара непосредственно потребителям (DTC) и далеко не у всех была для этого техническая возможность. Кроме того, им пришлось выделять свой бренд в переполненном пространстве электронной коммерции, например, собственной доставкой и фирменной упаковкой (что также было продиктовано феноменом «распаковочных» видео). Чтобы лучше конкурировать с маркетплейсами и гигантами розничной торговли, бренды также начали вкладывать финансовые средства в более богатый и персонализированный клиентский опыт. По мере роста затрат на привлечение новых клиентов одним из главных приоритетов становится удержание существующих покупателей.

Электронная коммерция – это экономическая сфера, включающая в себя все виды Интернет-операций. В широком смысле электронная коммерция – это любая экономическая деятельность, включающая использование электронных цифровых технологий. На сегодня эта область включает в себя широкий спектр дистанционных услуг постоянно расширяется вследствие все более прогрессивного внедрения экономической деятельности в Интернет.

В результате закрытия обычных магазинов на карантин глобальная электронная торговля достигла рекордного уровня в – объем российского рынка Интернет-торговли в 2020 году вырос на 58,5%, до 3,221 триллиона рублей, при этом в общем объеме продаж розничного рынка его доля составила 9,6% [2].

Надо также отметить, что произошло усиление онлайн-конкуренции и рост трансграничных продаж, поскольку по мере распространения COVID-19 потребители начали делать покупки за пределами своей страны. Аналогично начался и рост использования приложений для дропшипинга и конвертации валюты. Кроме того, рост электронной торговли стимулировал переход от рекламы на ТВ в цифровую рекламу, что привело, соответственно, к увеличению расходов на рекламу и подорожание привлечения новых клиентов.

Выводы. Таким образом, с одной стороны, пандемия-2020 и принятие в связи с ее введением ограничения негативно отразились на темпах роста товарооборота розничной торговли в Российской Федерации, в наибольшей степени в структуре товарооборота это отразилось на непродовольственных товарах. С другой стороны, принятые ограничения стали неким стимулом развития цифровой коммерции – так, в структуре торговли данная составляющая выросла более чем на 50%, что в целом отражает не только динамику развития в условиях ограничений, но и перспективы дальнейшего развития торговли. Сегодня электронная коммерция и ее возможности следует рассматривать как прогрессивное будущее, которое затрагивается в условиях общей цифровизации экономики.

Список использованных источников:

1. Оборот розничной торговли в РФ в 2020 г. упал на 4,1% - до 35,55 трлн руб. – Росстат [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/oborot-rozничной-torgovli-v-rf-v-2020-g-upal-na-4-1percent-do-35-55-trln-rub-rosstat-1030016442> (дата обращения: 28.06.2021).
2. eCommerce 2020: основные цифры [Электронный ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/ecommerce-2020-osnovnye-tsifry.html> (дата обращения: 28.06.2021).

Хаирова Э.А., к.э.н., доцент,
Реизов Э.

ГБОУВО РК «КИПУ имени Февзи Якубова», Симферополь

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СТРАНЫ

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) представляют собой вложение средств организацией из одной страны в другую с целью создания «длительного интереса». Согласно ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), постоянный интерес определяется, когда организация приобретает не менее 10% голосов в другой организации. Реинвестирование прибыли от зарубежных операций, а также внутриорганизационные займы и займы зарубежным дочерним компаниям также относятся к категории ПИИ.

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) – это значительные инвестиции, сделанные компанией в иностранный концерн. Инвестиции могут включать приобретение источника материалов, расширение присутствия компании или развитие транснационального присутствия. По состоянию на 2020 год США занимают второе место после Китая по привлечению прямых иностранных инвестиций.

По данным Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию, в 2020 году объем прямых иностранных инвестиций во всем мире резко упал из-за пандемии COVID-19. Общие глобальные инвестиции в размере 859 миллиардов долларов по сравнению с 1,5 триллионами долларов в предыдущем году. К тому же Китай вытеснил США в 2020 году в качестве лидера по общему объему инвестиций, привлекая 163 миллиарда долларов по сравнению с инвестициями в США в размере 134 миллиарда долларов.

Прямые иностранные инвестиции часто выходят за рамки капитальных вложений. Это может также включать предоставление управления, технологий и оборудования. Ключевой особенностью прямых иностранных инвестиций является то, что они устанавливают эффективный контроль над иностранным бизнесом или, по крайней мере, оказывают существенное влияние на принятие им решений.

Прямые иностранные инвестиции обычно делятся на горизонтальные, вертикальные или конгломератные.

При горизонтальных прямых инвестициях компания устанавливает тот же тип бизнес-операций в зарубежной стране, что и в своей стране. Примером

может служить американский провайдер сотовой связи, покупающий сеть телефонных магазинов в Китае.

При вертикальном инвестировании бизнес приобретает дополнительный бизнес в другой стране. Например, производитель из США может приобрести долю в иностранной компании, которая поставляет ему необходимое сырье.

В конгломератном виде прямых иностранных инвестиций компания инвестирует в иностранный бизнес, не связанный с ее основным бизнесом. Поскольку компания-инвестор не имеет предыдущего опыта в области компетенции иностранной компании, это часто принимает форму совместного предприятия.

Значение ПИИ не ограничивается только международным движением капитала. Его определение также включает международное движение элементов, дополняющих капитал, таких как навыки, процессы, менеджмент, технологии и т. д.

Существует разница между ПИИ и ИПИ (иностранными портфельными инвестициями), когда инвестор покупает акции иностранных компаний. ИПИ означает только вливание капитала и не подразумевает установление долгосрочного интереса.

ПИИ могут быть открытыми, когда организация создает дочернюю компанию в другой стране и строит там свои бизнес-операции с нуля. Инвестиции с нуля обеспечивают высшую степень контроля над организацией. Он может построить производственное предприятие в соответствии с его спецификациями, нанять и обучить человеческие ресурсы в соответствии со стандартами компании, а также разрабатывать и контролировать свои производственные процессы.

Рассмотрим преимущества ПИИ для страны-получателя:

1. Повышение занятости и экономический рост.

Создание рабочих мест – наиболее очевидное преимущество прямых иностранных инвестиций. Это также одна из наиболее важных причин, по которым страна, особенно развивающаяся, стремится привлечь ПИИ. Увеличение прямых иностранных инвестиций стимулирует производство, а также сектор услуг. Это, в свою очередь, создает рабочие места и помогает снизить безработицу среди образованной молодежи, а также квалифицированной и неквалифицированной рабочей силы в стране. Увеличение занятости приводит к увеличению доходов и дает населению более высокую покупательную способность. Это способствует росту экономики страны.

2. Развитие человеческих ресурсов.

Это одно из менее очевидных преимуществ прямых иностранных инвестиций. Следовательно, его часто занижают. Человеческий капитал относится к знаниям и компетенции персонала. Навыки, приобретенные и усиленные посредством обучения и опыта, повышают уровень образования и человеческого капитала в стране. Будучи однажды развитым, человеческий

капитал становится мобильным. Он может обучать человеческие ресурсы в других компаниях, тем самым создавая волновой эффект.

3. Развитие отсталых территорий.

Это одно из важнейших преимуществ прямых иностранных инвестиций для развивающейся страны. ПИИ позволяют превратить отсталые районы страны в промышленные центры. Это, в свою очередь, дает толчок социальной экономике района.

4. Предоставление финансов и технологий.

Компании-получатели получают доступ к новейшим финансовым инструментам, технологиям и методам работы со всего мира. Со временем внедрение новых, усовершенствованных технологий и процессов приводит к их распространению в местной экономике, что приводит к повышению эффективности и результативности отрасли.

5. Увеличение экспорта.

Не все товары, производимые за счет прямых иностранных инвестиций, предназначены для внутреннего потребления. Многие из этих продуктов имеют мировые рынки. Создание 100% ориентированных на экспорт единиц и экономических зон дополнительно помогло инвесторам в области прямых иностранных инвестиций увеличить свой экспорт из других стран.

6. Стабильность обменного курса.

Постоянный поток ПИИ в страну переводится в непрерывный поток иностранной валюты. Это помогает Центральному банку страны поддерживать комфортный резерв иностранной валюты. Это, в свою очередь, обеспечивает стабильный обменный курс.

7. Стимулирование экономического развития.

Это еще одно очень важное преимущество ПИИ. ПИИ – это источник внешнего капитала и более высоких доходов для страны. Когда строятся фабрики, используется по крайней мере часть местной рабочей силы, материалов и оборудования. После завершения строительства на заводе будут работать несколько местных сотрудников, а также будут использоваться местные материалы и услуги. Таким образом, люди, работающие на таких предприятиях, могут тратить больше денег. Это создает больше рабочих мест. Эти предприятия также принесут правительству дополнительные налоговые поступления, которые можно будет использовать для создания и улучшения физической и финансовой инфраструктуры.

8. Улучшение движения капитала.

Приток капитала особенно выгоден для стран с ограниченными внутренними ресурсами, а также для стран с ограниченными возможностями по привлечению средств на глобальных рынках капитала.

9. Создание конкурентного рынка.

Облегчая выход иностранных организаций на внутренний рынок, ПИИ помогают создавать конкурентную среду, а также разрушать внутренние монополии. Здоровая конкурентная среда подталкивает компании к постоянному совершенствованию своих процессов и продуктового

предложения, тем самым способствуя инновациям. Потребители также получают доступ к более широкому спектру продуктов по конкурентоспособным ценам.

Для транснациональной корпорации ПИИ в Индии является средством доступа к новым рынкам потребления и производства и, таким образом, расширяет свое влияние и деловые операции. Он может получить доступ не только к ограниченным ресурсам, таким как ископаемое топливо и драгоценные металлы, но также к квалифицированной и неквалифицированной рабочей силе, управленческому опыту и технологиям. ПИИ также позволяют организации снизить себестоимость продукции за счет доступа к более дешевым ресурсам или прямого обращения к источнику сырья, вместо того, чтобы покупать его у третьих сторон. Часто компании, осуществляющие прямые иностранные инвестиции, получают различные налоговые преимущества. Это может произойти, когда страна происхождения разрешает налоговый вычет на иностранный доход или когда страна-получатель разрешает налоговые вычеты и льготы для организаций, осуществляющих прямые иностранные инвестиции в этой стране. Кроме того, это может произойти, если в стране-получателе налоговый кодекс более выгоден, чем в стране проживания.

Ниже приведен ряд преимуществ привлечения в страну иностранных инвестиций:

1. Государству предоставляется шанс получить вспомогательное финансирование для крупных инвестиционных проектов;
2. Дают новый импульс для развития внутренних инвестиций;
3. В совокупности с финансовыми запасами страна получает опыт, накопленный страной, которая инвестирует в глобальный рынок, за многие года;
4. Вливание иностранных средств в проекты, связанные с инновациями, дает стране, получающей инвестиции, доступ к новейшим технологиям, а также современным техникам организации процесса производства;
5. Рост количества иностранных инвестиций отлично помогает государству интегрировать в мировую экономику, что может обеспечить ее стабильное экономическое развитие.

Прямые иностранные инвестиции— инвестиции, которые направлены на долгосрочное управление инвесторами бизнес-операциями принадлежащей компании-получателю другой страны [2]. Доля владения компанией, необходимая для результативного менеджмента, занимает около 10% компании. Размер доли обычно устанавливается законодательством. Так, например, в Великобритании и Германии – более 20%, в РФ и некоторых других странах – более 10%.

Многие экономисты отводят существенную роль именно прямым иностранным инвестициям, особенно когда они перетекают из богатых стран в более бедные. Международные компании приходя на рынок страны, могут либо потрясти существующую отрасль, потому что они создают конкуренцию для

уже существующих отечественных компаний, либо могут создавать совершенно новые отрасли. ПИИ также могут укрепить местную экономику путем создания новых рабочих мест и увеличения государственных налоговых поступлений.

Нехватка специалистов, которые могут внедрять или принимать ноу-хау, использующиеся иностранными инвесторами, имеет способность с высокой вероятностью привести к негативной тенденции на саморазвитие местных предприятий конкурентов с долей иностранных инвестиций, а также непосредственно на вытеснение локальных производителей с рынка сбыта. На практике такое поведение вносит появление необходимого контроля над уровнем активизации привлечения ПИИ, поэтому нужна разработка комплексного государственного плана стимулирования в необходимом направлении, который и ограничивает нежелательные части привлечения ПИИ [3].

Так, привлечение ПИИ для экономики страны получателя приводит к увеличению темпов развития инновационной экономики. Во-первых, это является не только результатом проведения НИОКР организацией с долей иностранных инвестиций, но и косвенно происходит из-за влияния конкуренции, когда отечественные предприятия, которые конкурируют с предприятиями с иностранными инвестициями, вынуждены совершенствовать технологии, используемые ими.

Список использованных источников:

1. Бочарова Елена, Молдован А.А. Современные тенденции в области внешних прямых инвестиций // Скиф. 2019. №12-2 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-v-oblasti-vneshnih-pryamyh-investitsiy> (дата обращения: 11.11.2021).
2. Костюнина Г. М. Иностранные инвестиции (вопросы теории и практики зарубежных стран): учебное пособие / Г. М. Костюнина. — М.: Инфра-М, 2014. — 304 с.
3. Маматкулов Абдурашид Вахидович ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ВНУТРЕННИЕ ИНВЕСТИЦИИ В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ // Бюллетень науки и практики. 2020. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-na-vnutrennie-investitsii-v-razvivayuschih-sya-stranah> (дата обращения: 11.11.2021).

Хаирова Э.А., к.э.н., доцент
ГБОВО РК «КИПУ имени Февзи Якубова», Симферополь

РАЗВИТИЕ МИРОВОГО ВЕНЧУРНОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

В современных условиях интенсивного научно-технического развития во всем мире пристальное внимание уделяется разработке и освоению

нововведений, без которых дальнейший прогресс в обществе был бы невозможен. Поэтому, особую значимость приобретает развитие венчурной индустрии. На сегодняшний день развитие венчурного рынка играет ключевую роль в развитии инновационной экономики.

В условия развития глобальной пандемии COVID-19 мировой венчурный рынок значительно сократился. Мировой венчурный рынок продолжает сокращаться второй год подряд. Количество сделок за 2020 год приблизилось к историческому 2013 года, когда этот показатель составил 19 615 штук (рис. 1).

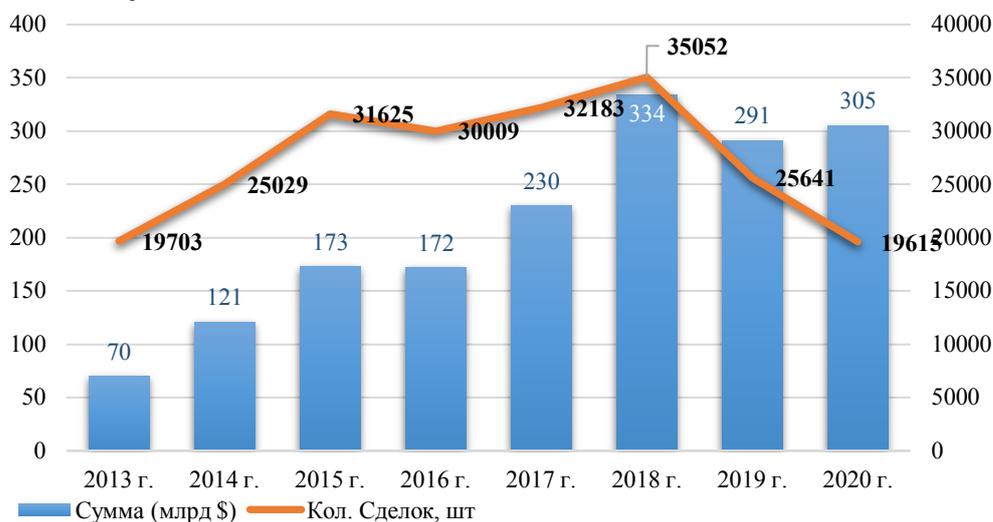


Рисунок 1. Объем инвестиций и количество сделок в мире за 2013–2020 гг, млрд \$ [1]

Объемы сделок почти достигли уровня 2018 года и превысили объем 2019 года на 5% с \$291 млрд. до \$305 млрд. Снижение сделок можно объяснить несколькими факторами: пандемия Covid-19, также более тщательный отбор проектов самими инвесторами. Хотя пандемия первоначально снизила активность венчурных капиталистов, предприятия начали быстро адаптироваться к меняющемуся потребительскому ландшафту, что спровоцировало массовое возвращение венчурных капиталистов во второй половине года, особенно в секторах здравоохранения и технологий. И, конечно же, это произошло на фоне не только глобальной пандемии, но и экономического спада, социальных и расовых волнений и спорных выборов в США.

В первом квартале 2021 года Азия по-прежнему оставалась привлекательным рынком для венчурных инвестиций, хотя сохраняющиеся ограничения на поездки из-за пандемии Covid-19 повлияли на объем международных инвестиций, направляемых в регион.

Венчурный капитал в Индии был устойчивым в первом квартале 2021 года, при этом широкий спектр секторов привлекал раунды финансирования на сумму более 100 миллионов долларов, включая образовательные технологии, доставку продуктов и игры. В течение первого квартала 2021 года в Индии также произошел один из крупнейших выходов игровой компании: внутреннее IPO компании Nazara Technologies. Успешное IPO свидетельствует о быстро

меняющемся восприятии стартапов в Индии, поскольку еще восемнадцать месяцев назад аналогичным стартапам пришлось бы обращать внимание на зарубежные рынки, чтобы стать публичными.

Во втором квартале 2021 года ожидается, что венчурные инвестиции в Китае будут в значительной степени сосредоточены на встроенных технологиях, таких как искусственный интеллект в здравоохранении. Зеленые технологии, вероятно, также будут привлекать растущие инвестиции, учитывая приверженность Китая достижению к 2060 году статуса Net Zero.

Анализируя объем венчурных инвестиций по отраслям, можно наблюдать, что основной объем венчурных инвестиций приходится на наукоемкие и технологичные отрасли – ПО, наука и техника, информационные технологии (рис. 2).

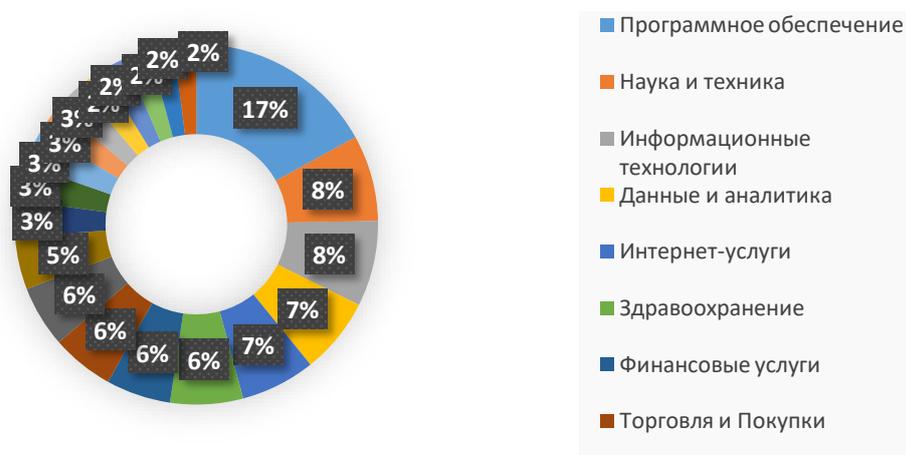


Рисунок 2. Распределение венчурных инвестиций по отраслям за 2020 гг., к общему объему инвестиций в мире, кол. сделок (шт) [3]

Исходя из данных диаграммы, самый низкий объем инвестиций за исследуемый период наблюдался в таких областях, как образование, недвижимость, еда и напитки, бытовая электроника, биотехнологии – 2%, продажи и маркетинг, программы, мобильная, транспортная, СМИ и развлечения – 3%.

В целом, подводя итог, в 2020 году венчурный рынок падал до 70% в некоторых странах, но быстро вышел из кризисного пика. Стартапы на поздних стадиях стали магнитом для венчурных инвесторов, обеспечив итоговый рост объемов инвестиций, колоссальную доходность технологических IPO и большое количество мегараундов в антиковидных секторах экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, мировой венчурный продолжает сокращаться второй год подряд. Количество сделок за 2020 год приблизилось к историческому 2013 года, когда этот показатель составил 19 615 штук. Снижение сделок можно объяснить несколькими факторами: пандемия Covid-19, также более тщательный отбор проектов самими инвесторами.

По результатам распределение венчурных инвестиций по стадиям, к общему объему инвестиций в мире в 2020 году на стадии посевного роста приходится самая большая доля – 48%, кроме этого, большой объем капитала

инвестируется на ранних стадиях – 35%. Корея, Новая Зеландия и Южная Африка не приводят разбивку венчурного капитала по стадиям, что позволило бы провести значимые международные сравнения.

Список использованных источников:

1. Venture capital investments // OECD. Stat. — URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=VC_INVEST
2. State Of VC 2021: The Persistence And Future Promise Of Venture Capital Through A Global Pandemic // Forbes. — Apr 16, 2021. — URL: <https://www.forbes.com/sites/truebridge/2021/04/16/state-of-vc-2021-the-persistence-and-future-promise-of-venture-capital-through-a-global-pandemic/?sh=a1b4f6dede7c>
3. Венчурная Россия // Dsight. — 2020. — URL: www.dsight.ru hi@dsight.ru

Хаирова Э.А., к.э.н., доцент,
Белялова Э.А.

ГБОУ ВО РК «КИПУ им.Февзи Якубова», Симферополь

РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

COVID-19 — это глобальный гуманитарный кризис. Вирус продолжает распространяться по миру, создавая беспрецедентную нагрузку на системы здравоохранения в борьбе за спасение жизней. Эта трагедия будет усугубляться по мере распространения вируса в страны с низким уровнем доходов и слабыми системами здравоохранения.

В промежуточном экономическом прогнозе ОЭСР на март 2020 года рост мировой экономики должен был сократиться вдвое, до 1,5%, что было слишком оптимистичным. Согласно последним оценкам экономического прогноза ОЭСР от 10 июня, в первой половине 2020 года ожидался беспрецедентный обвал - снижение мирового ВВП почти на 13%. Тем не менее, большинство крупных экономик сейчас настроено на серьезную рецессию, и более серьезные сценарии нельзя сбрасывать со счетов [1].

Еще одна проблема - неопределенность, связанная с COVID-19, включая степень и скорость заражения; как долго будут необходимы останавливающие меры; перспектива лечения для лучшего лечения симптомов, позволяя службам здравоохранения сосредоточиться только на наиболее серьезных случаях; и риск заражения «второй волной» по мере распространения вируса по земному шару. Вирус развивается волнообразно, страны становятся жертвами вируса и выздоравливают в разное время. Ясно лишь то, что вирус и его последствия, вероятно, еще какое-то время будут с нами.

На этом фоне существует очевидная потребность в поддержке торговли, как для обеспечения поставок основных продуктов, так и для того, чтобы посылать сигнал доверия мировой экономике. Торговля необходима для спасения жизней и средств к существованию. Но поддержание торгового

потока требует сотрудничества и доверия - например, что рынок сможет поставлять предметы первой необходимости, что страны не будут вводить экспортные ограничения и что импорт не будет представлять опасности для здоровья. Это особая проблема во время торговой напряженности, когда международная торговая система уже подвергается растущему числу новых ограничений и искажений, от повышения тарифов среди крупных торговцев до значительной государственной поддержки в ключевых секторах. Усилия в рамках диалога по управлению и предотвращению напряженности посредством текущих переговоров осложняются ограничениями мобильности. Но в контексте серьезной экономической напряженности, связанной с COVID-19, как никогда важно избегать эскалации нынешней торговой напряженности.

Согласно данным Всемирной торговой организации (ВТО), мировая торговля в 2020 году сократилась на 13–32% в результате экономического воздействия COVID-19. ВТО утверждает, что широкий диапазон прогнозов отражает высокую степень неопределенности относительно продолжительности и экономического воздействия пандемии, и что фактические экономические показатели могут быть вне этого диапазона, выше или ниже. Более оптимистичный сценарий ВТО дал на вторую половину 2020 года объемы торговли быстро восстановились до уровня, существовавшего до пандемии, и что мировая экономика пережила V-образный подъем.

Более пессимистический сценарий предположил, в 2021 году произошло частичное восстановление, и мировая экономика пошла по U-образному пути восстановления. Однако ВТО заключает, что влияние на объемы мировой торговли может превысить спад в разгар финансового кризиса 2008-2009 годов.

Оценки показывают, что во всех географических регионах спад торговли будет выражаться двузначным числом, за исключением «других регионов», включая Африку, Ближний Восток и Содружество Независимых Государств. Северная Америка и Азия могут испытать резкое сокращение объемов экспорта. Прогноз также показывает, что в секторах с крупными производственно-сбытовыми цепочками, таких как автомобильная продукция и электроника, может наблюдаться резкий спад.

Хотя услуги не включены в прогноз ВТО, этот сегмент экономики может испытать наибольшие нарушения из-за ограничений на поездки и транспортировку, а также закрытия торговых и гостиничных заведений. Однако такие услуги, как информационные технологии, расширяются, чтобы удовлетворить потребности домашних работников.

Пандемия также вызывает вопросы о плюсах и минусах глобальных цепочек поставок, которые возникли за последние три десятилетия. Факты свидетельствуют о том, что перед пандемией рост цепочек поставок замедлился, но единого мнения о долгосрочном воздействии кризиса нет. В некоторых случаях предприятия переоценивают свою подверженность рискам из-за слишком тесной привязки к цепочкам поставок, которые потенциально уязвимы для потенциальных сбоев.

Кроме того, некоторые правительства оценивают риски, которые цепочки поставок представляют для национальных поставок товаров, которые считаются важными для национальной безопасности, в результате переноса производства за границу. Для транснациональных корпораций смена поставщиков и месторасположение может быть особенно дорогостоящим и может создавать дополнительные риски. Компании могут неохотно покидать производственные площадки, такие как Китай, которые не только служат производственными площадками, но и являются важными рынками для их продукции [2].

Таким образом, в условиях развития пандемии COVID-19 мировая экономика сталкивается с глобальными проблемами, такими как потеря уверенности и доверия, ограничивается хозяйственная деятельность;- кризис распространяется во многих секторах одновременно, а иногда и мгновенно; требуются крупные государственные инвестиции особенно в секторе здравоохранения, но также и в сфере социальной защиты, учитывая повсеместную потерю рабочих мест; ограничиваются некоторые автоматические стабилизаторы, компенсирующие действия и влекут дополнительные расходы; проблемы с медицинским оборудованием и биобезопасностью пищевых продуктов; эпидемия все больше поражает сектор услуг, учитывая ограничения на физический контакт и повсеместное закрытие ключевых секторов услуг (туризм, путешествия и развлечения); более серьезный сбой в производстве, приводящий к давлению на цепочки поставок.

В сложившихся условиях кризис усиливается, поскольку побочные эффекты проблем в одном секторе или стране отражаются и создают новые проблемы в других секторах, а последствия политических действий второго и третьего порядка могут быть непредсказуемыми, но важными.

Список использованных источников:

- 1.COVID-19 and international trade: Issues and actions. — Текст: электронный // OECD: [сайт]. — URL: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-international-trade-issues-and-actions-494da2fa/>).
- 2.Global Economic Effects of COVID-19. — Текст: электронный // Congressional Research Service: [сайт]. — URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R46270.pdf> .

Шкуренко В.А., ассистент
Клочкова А.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА МЕЖДУНАРОДНОГО ТОРГОВОГО ОБМЕНА

На современном этапе развития мирового общества наиболее развитой формой международных экономических отношений является международная торговля.

Основу международной торговли составляет международное разделение труда, которое представляет собой устойчивую ориентацию национальных экономик на производство продукции определенного вида с целью последующего обмена, то есть реализации на мировом рынке.

Территориальное разделение труда характеризуют такие понятия как международная специализация и международная кооперация.

Международная производственная кооперация – одна из форм международных производственно-технических связей. Ее сущность заключается в том, что самостоятельные производители различных стран на договорной основе выпускают совместную продукцию [1, с. 89-90].

Наряду с развитием производственной кооперации продолжает действовать международная специализация, сущность которой состоит в том, что отдельные страны специализируются на выпуске каких-то конкретных товаров и услуг. Эта специализация объясняется традициями, спецификой производственного и экономического потенциала, наличием или отсутствием природных ресурсов.

Специализация позволяет отдельным странам не затрачивать огромные денежные ресурсы на создание новых отраслей для производства тех или иных товаров, а получать их путем внешней торговли. Это объясняется тем, что каждая страна обладает длительным профессиональным опытом в производстве определенных высококачественных товаров, что позволяет экспортировать их в другие страны.

В результате действия международной специализации произошло разделение всех стран на три группы:

1. Страны, специализирующиеся на производстве продукции обрабатывающей промышленности
2. Страны, ориентированные на добычу полезных ископаемых
3. Страны, производящие продукцию сельского хозяйства

Развитие международной специализации позволяет странам сконцентрироваться лишь на одной отрасли производства и специализироваться на производстве одного вида продукции.

Согласно определениям, принятым Всемирной Торговой Организацией, международная торговля – это оплаченный товарооборот между странами, который представляет собой трансграничный обмен товарами и услугами, совокупность внешней торговли всех стран мира [2].

Предметом международной торговли являются материальные вещи (готовая продукция, машины и оборудование), сырьевые товары, услуги, интеллектуальная собственность (авторские и патентные права). Таким образом, международная торговля включает в себя торговлю интеллектуальной собственностью, товарами и услугами.

Международная торговля непосредственно связана с мировым рынком, который представляет собой совокупность товарно-денежных отношений между субъектами хозяйствования стран, основанную на международном разделении труда [3, с. 4]. Характерными чертами мирового рынка являются:

- Основной и единственной целью субъектов, участвующих в мировом рынке является максимизация прибыли;
- Межгосударственное движение товаров и услуг, находящихся под воздействием спроса и предложения;
- Оптимальное и рациональное использование всех факторов производства и их включение в систему международного разделения труда.

Мировой рынок как специфическая экономическая категория отличается от национальных рынков отдельных стран:

1) Движение товаров и услуг на национальном рынке обусловлено производственными отношениями различных компаний, предприятий и регионов конкретной страны. На мировой рынок влияют государственные границы и качество внешнеэкономических отношений стран.

2) На мировом рынке действует единая для всех стран система ценообразования

3) Мировой рынок обусловлен конкурентной борьбой различных стран. Активную роль здесь играют те государства, которые используют политику протекционизма и стимулируют экспорт собственных товаров [1, с. 89]

Современное состояние международной торговли можно охарактеризовать с помощью различных теорий. Условно все теории можно разделить на три группы:

- теории абсолютных и сравнительных преимуществ (А. Смит, Д. Рикардо);
- факторные теории (Хекшер – Олин, Самуэльсон, Леонтьев и др.);
- теории, допускающие значительную роль случайного фактора; теории внешнеторгового мультипликатора, теория фирмы, теория международной конкурентоспособности (Кругман, Обстфельд, Сакс, Ларрен, Портер и др.).

Теорию абсолютных преимуществ сформулировал Адам Смит, в которой он указал критерии рациональности мировой торговли. Под ними он понимал способность страны производить товар с меньшими производственными затратами, чем это делается в других странах. Смит утверждал, что страна должна экспортировать те товары, затраты на производство которых у нее ниже, чем за рубежом и импортировать те товары, в производстве которых она такими преимуществами не обладает. Однако теория абсолютных преимуществ не дает ответа на вопрос, возможно ли участие в международной торговле тех стран, которые не располагают абсолютными преимуществами [4, с. 32].

На этот вопрос ответил Давид Рикардо, который сформулировал основные положения теории сравнительных преимуществ.

Суть теории заключается в следующем: страна, имеющая абсолютное преимущество по всем товарам, должна специализироваться на экспорте продукции, в производстве которой она имеет наибольшее абсолютное преимущество. Страна, не обладающая абсолютным преимуществом в производстве ни одного из товаров, должна специализироваться на экспорте

продукции, в производстве которой ее абсолютные не преимущества являются наименьшими.

Своей теорией Д. Рикардо говорит о том, что международная торговля должна быть выгодной для всех ее участников.

В рассмотренных теориях абсолютных и сравнительных преимуществ исходным пунктом было предположение о том, что полностью мобильными факторами производства являются труд и капитал. Однако, в реальной жизни в производстве товаров задействовано больше факторов, которые рассматриваются в факторных теориях.

Примером такой, является теория Хекшера–Олина–Самуэльсона, которая учитывает множество различных факторов: квалификация рабочей силы, импорт сырья, импортные тарифы, структура спроса.

Известной теорией международной торговли является парадокс Леонтьева или теория соотношения факторов производства. Основное положение теории: в более капиталонасыщенных странах в экспорте должны преобладать капиталоемкие товары, а в импорте – трудоемкие. И, наоборот, в странах более трудонасыщенных, в экспорте будут преобладать трудоемкие товары, а в импорте – капиталоемкие.

В теории международной конкурентоспособности Майкла Портера говорится о таких факторах, как количество и качество различных факторов производства, спрос на внутреннем рынке, наличие смежных и обслуживающих отраслей, стратегия фирмы и внутренняя конкуренция.

Таким образом, международная торговля является наиболее развитой формой экономических отношений, на развитие которой повлияло международное разделение труда. Под международной торговлей понимается обмен товарами и услугами между государственно-оформленными национальными хозяйствами.

Список использованных источников:

1. Национальные интересы: приоритеты и безопасность [Текст]: научно-практический журнал. Издательский дом «Финансы и кредит». 2019 – 89-90 с.
2. Официальный сайт Всемирной торговой организации / Режим доступа: <http://www.wto.org/>
3. Новосельский И.А. Международная торговля [Электронный ресурс]: краткий конспект лекций – Институт международной торговли и права. Москва. 2017 – 4 с.
4. Рикардо. Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Мультимедийное издательство Стрельбицкого. Москва, 2017 – 32 с.

СЕКЦИЯ 2. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бондаренко И.С., к.э.н., доцент
Клочкова А.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА МИРОВОЙ РЫНКЕ

Мировое рыбное хозяйство представляет собой сложный взаимосвязанный производственно-хозяйственный комплекс с развитой многоотраслевой кооперацией и международными связями.

Продукты питания, производимые рыбохозяйственным комплексом, являются важным фактором жизнеобеспечения. Значение рыбных продуктов в организации рационального питания заключается в том, что они являются источником наиболее существенной, но пока еще дефицитной, составной части питания - белков животного происхождения. Биологическая ценность белков рыбы не ниже белков мяса теплокровных животных, но по сравнению с ними белки рыбы легче усваиваются организмом. При этом рыбное хозяйство является ведущей градообразующей отраслью и одним из источников занятости населения во многих морских регионах мира.

Вышесказанное подтверждает необходимость развития рыбной промышленности. Большую роль в развитии отрасли играет ее тщательное исследование, рассмотрение преимуществ и существующих недостатков, которые необходимо устранить. Прогнозирование следует рассматривать как систему научных исследований количественного и качественного характера, направленных на выяснение тенденций развития экономических отношений и поиск оптимальных решений по достижению целей этого развития. Перед началом прогнозирования необходимо упомянуть, что на развитие экономики, в том числе развития рыболовства влияет большое количество факторов: политические, экологические, социальные, правовые и другие.

Серьезное воздействие на страны мира оказала пандемия Covid-19. Приведенные ниже прогнозы основаны на допущении, что в краткосрочной перспективе произойдет серьезный сбой в производстве, потреблении и торговле и показатели восстановятся в конце 2021 года.

Ожидается, что общий объем производства рыбы, который в 2019 году составлял около 180 млн. тонн, в 2030 году достигнет 204 млн. тонн. В 2030 году объем производства продукции аквакультуры достигнет 109 млн. тонн, что на 32% больше, чем в 2019 году. При этом среднегодовые темпы роста аквакультуры, как предполагается, снизятся: если в 2007–2020 годах они составляли 4,6%, то в 2021–2030 годах составят 2,3%.

Китай продолжит осуществление политики, которое началось в рамках тринадцатого пятилетнего плана развития Китая на 2016–2020 годы; эта

политика предполагает переход от экстенсивной к интенсивной аквакультуре. В секторе аквакультуры по-прежнему будет доминировать Азия, на которую к 2030 году будет приходиться более 89% прироста производства.

Наиболее существенный рост ожидается в Африке (48%). Это связано с увеличением производственного потенциала региона в последние годы. В составе продукции аквакультуры в 2030 году будут преобладать пресноводные виды (62%), такие как карп и пангасиус обыкновенный. Продолжится рост производства ценных видов, в т. ч. креветок, лосося и форели.

Объем производства продукции промышленного рыболовства останется высоким и в 2030 году достигнет порядка 96 млн. тонн. На устойчивость производства продукции промышленного рыболовства влияют следующие факторы:

- 1) увеличение вылова в районах промысла, где восстанавливаются запасы;
- 2) рост вылова в водах тех стран, где ресурсы недоэксплуатируются;
- 3) оптимизация использования выловленной рыбы.

Доля продукции промышленного рыболовства, перерабатываемой в рыбную муку и рыбий жир, в следующем десятилетии должна несколько снизиться [1, с. 24-26].

Рост аквакультуры будет способствовать увеличению доли пищевой рыбы в общем объеме мировой рыботорговли. Экспорт рыбы в прогнозный период в основном будет расти за счет азиатских стран, на которые к 2030 году придется около 73% увеличения объемов экспортных поставок рыбы.

По прогнозам ФАО в 2030 году объем рыбной продукции Норвегии увеличится на 3%, Российской Федерации – на 13,2%, а Соединенных Штатов Америки – на 7,2%. Мировой объем рыбной продукции к 2030 году должен увеличиться на 14,5%.

Представленные прогнозы основаны на ряде допущений в сфере экономики, политики и экологии. Потрясение в любой из этих сфер приведет к изменению прогнозов в отношении рыбного хозяйства.

В течение прогнозного периода может возникнуть целый ряд факторов неопределенности и проблем. На представленные в настоящей публикации прогнозы могут повлиять не только факторы неопределенности, связанные с COVID-19, но и реформы в сфере политики в Китае, и множество других факторов. В следующем десятилетии вероятны серьезные изменения состояния окружающей среды, доступности ресурсов, макроэкономических условий, правил и тарифов международной торговли, характеристик рынка и социальных моделей поведения, которые в среднесрочной перспективе могут повлиять на производство, рынки и торговлю [2].

Заметное, но неодинаковое в разных регионах воздействие на запасы рыбы, переработку рыбы и рыбопродуктов и торговлю ими могут оказать климатическое непостоянство и изменение климата, в том числе частота и масштабы экстремальных погодных явлений; эти факторы способны повысить уязвимость стран для рисков.

При этом стоит отметить, что риски можно смягчить с помощью гибкого и эффективного руководства с установлением жестких режимов регулирования рыбных ресурсов, ответственного роста аквакультуры, совершенствования технологий, инноваций и исследований. Кроме того, развитие международной рыбной торговли будет и в дальнейшем определяться требованиями в отношении доступа на рынки, связанными с безопасностью, качеством, прослеживаемостью и законностью пищевых продуктов.

Список использованных источников:

1. Продовольственная и сельскохозяйственная ООН. Состояние мирового рыболовства и аквакультуры. Меры по повышению устойчивости. Рим. 2020 – 24-26 с.
2. Официальный сайт ФАО / Режим доступа: <http://www.fao.org/home/ru/>

Жук А.В.,
ГОУ ВПО «ДОННУЭТ», г. Донецк, ДНР

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РФ

Россия, являющаяся одним из основных игроков на международном энергетическом рынке, должна предвидеть и учитывать дополнительные финансовые риски, связанные с падением мировых цен на нефть, а также принимать меры по снижению зависимости российской экономики от мировой экономики рыночные условия.

Российская экономика имеет сырьевую направленность с доминированием нефтяного сектора. Особенностью всех ресурсных экономик является их сильная зависимость от мирового товарного рынка [1].

Необходимо учитывать особенности, определяющие условия и развитие нефтегазового комплекса Российской Федерации:

- непрерывно растущее производство и потребление нефтепродуктов в народном хозяйстве;
- широкая взаимозаменяемость использования нефтепродуктов;
- высокая степень концентрации производства нефтепродуктов и централизация их распределения;
- высокая капиталоемкость;
- активное влияние на общее инфраструктурное развитие микрорайонов и территорий.

Более того, на современном этапе развития национальной экономики нефтяной комплекс характеризуется высокой степенью монополизации, требующей структурных реформ, а также высокой зависимостью от своего бюджета [2].

Данные указывают на наметившееся изменение преобладающих тенденций в российском нефтяном секторе (табл.1).

Таблица 1 – Динамика производства и экспорта нефти и нефтепродуктов, %

	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Добыча нефти	101,3	100,9	100,7	101,1
Экспорт сырой нефти	98,2	98,6	94,4	106,8
Первичная переработка нефти	104,9	102,7	104,9	98,6
Производство мазута	101,6	103,3	102,0	94,1

Исходя из данных представленных в табл. 1 можно сделать следующие выводы:

– впервые за последние годы произошло снижение производства мазута в 2020 г. на 5,9 %;

– впервые за последние годы увеличился экспорт сырой нефти (на 6,8 %). Для государственного бюджета данный экспорт более эффективен по сравнению с экспортом мазута;

– снижение объема переработки нефти в 2020 г. на 1,4 %.

Наибольшие объемы нефти производятся компаниями «Роснефть», «Лукойл», «Сургутнефтегаз» и «Газпром» – в 2020 г. доля этих четырех компаний составила 73,8% общей добычи нефти в стране. На долю компаний среднего размера пришлось 13,1% общей добычи нефти (рис. 1) [3].

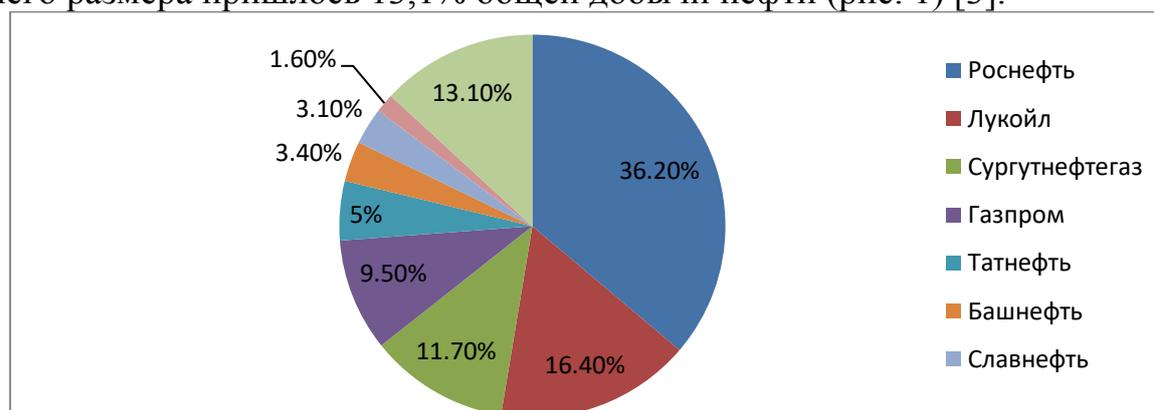


Рисунок 1 - Российские компании с наибольшим объемом производства нефти

В России преобладает определенная сырьевая отрасль. Ясно, что большая часть внутренних и иностранных инвестиций будет направлена на поддержку этого конкретного сырьевого сектора, в то время как недостаточные ресурсы выделяются для развития других секторов экономики. Проанализируем структуру инвестиций в основной капитал в России по видам экономической деятельности в период 2015-2020 гг. (табл. 2).

Таблица 2 - Инвестиции в основной капитал России по видам экономической деятельности в период 2015-2020 гг., млрд. рублей

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего	9152,1	11035,7	12586,1	13450,2	13902,6	14555,9
Добыча полезных ископаемых	1264,0	1534,3	1858,4	2004,0	2144,8	2694,4

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	1157,9	1390,5	1651,0	1788,4	1957,1	2463,4
Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих отраслях	1088,7	1290,0	1512,9	1673,1	1870,3	2373,7
Обрабатывающие производства	1207,6	1418,7	1688,7	1945,3	2084,6	2285,2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	818,8	1016,5	1166,0	1187,6	1186,2	990,5
Производство, передача и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды	747,7	945,7	1090,7	1106,2	1093,8	925,3
Транспорт и связь	2336,8	3107,7	3330,7	3288,6	2981,0	3120,3

Если проанализировать данные таблицы 2, мы приходим к выводу, что за период 2015-2020 гг. инвестиции в основной капитал в России по видам экономической деятельности показали тенденцию к росту (в 2020 году по сравнению с 2015 годом инвестиции в основной капитал увеличились на 59%). За рассматриваемые шесть лет большая часть инвестиций была направлена на развитие транспорта и связи (21,4% от общего объема инвестиций), горнодобывающую промышленность 2694,4 млрд рублей в 2020 году, или 18,5% от общего объема инвестиций.

Подводя итог, стоит отметить, что Россия вкладывает большую часть своих инвестиций в развитие транспортной системы и коммуникаций, тем самым способствуя развитию этой сферы деятельности и сокращению импорта транспорта и автозапчастей с внешнего рынка, так как импорт автомобилей и запчастей всегда был важной частью импорта. Более половины всех инвестиций идет на добычу полезных ископаемых, топливно-энергетических ресурсов, сырой нефти и природного газа (51,7% в 2020 году). Это указывает на то, что российское правительство концентрирует поток капитала в определенных (сырьевых) секторах, тем самым поддерживая добычу сырья и не развивая другие сектора экономики [4].

Список использованных источников:

1. Глубина переработки нефти в России, Европе и США // Аналитика Neftegaz.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neftegaz.ru/analysis/view/8485-Glubina-pererabotki-nefti-v-Rossii-Evrope-i-SShA>
2. Бушуев В.В., Конопляник А.А., Миркин и др. Цены на нефть: анализ, тенденции, прогноз. – М.: ИД «Энергия», 2014. 344 с., [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/book077.pdf
3. Гимади В., Курдин А., Колобов О и др. Санкции против нефтегазовой сферы России: курс на импортозамещение // Энергетический бюллетень. –2016. – № 2. – С. 13.
4. Производство. Добыча газа и нефти // официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/about/production/>

Иваненко И.А., к.э.н., доцент,
Аджимамбетова З.С.
*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова», г. Симферополь*

ВАРИАТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЙ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Целью каждой компании является расширить свои горизонты, а именно функционировать не только на внутренних, но и на внешних рынках. У компании есть несколько путей сделать это. Подбор способа выхода компании на внешний рынок зависит от множества факторов, таких как цена, степень риска и уровень контроля за процессом [3, с. 241].

В мировой практике выделяют 3 базисных стратегических направления этого процесса: экспорт, иерархическое построение бизнеса и посредничество.

Экспортная деятельность включает в себя изготовление товаров и услуг в главном внутреннем рынке фирмы и реализацию всех товаров на целевом внешнем рынке. В случае если фирма предпочла экспортный метод выхода на внешние рынки, она обязана определить, какие функции будут принадлежать фирме производителю в продвижении продукта, а какие отдаст посредникам на внешних рынках. В свою очередь, в компании уровень делегирования полномочий устанавливает степень ответственности и рисков.

Выделяют 3 вероятных тенденции экспортной работы: прямой, косвенный и совместный экспорт. Преимущества выбора экспортной деятельности заключается в наименьших рисках и расходах, которые фирма несет при осуществлении такого способа выхода на внешние рынки. Главный минус экспортной деятельности - низкий уровень контроля подобранных торговых посредников в целевом государстве [1, с.13].

Посредничество - тип деятельности с внешними рынками, предусматривающий неполное владение фирмой, осуществляющей собственную деятельность на зарубежном рынке, но разделение с ней определенной степени ответственности и контроля. По итогу подобного взаимодействия основная фирма передает посреднику собственные навыки, опыт и часть ресурсов, но вместе с тем приобретает гарантию транслирования на целевой внешний рынок конкретной стратегии и обеспечение продаж [2, с. 156].

Выделяют 4 вида партнерства в данном направлении: лицензирование, франчайзинг, контрактное производство либо совместное предприятие.

Лицензирование в международной деятельности - тип партнерства, согласно которой фирма в одной стране представляет возможность компании в другой стране применять собственные уникальные процессы изготовления, патенты, товарные знаки, научно-технические свершения и прочие значимые умения за вознаграждение, которое заключается в рамках соглашения. Лицензирование дает возможность фирмы устанавливать жесткие требования

по соблюдению процессов и маркетинговой политической деятельности фирмы, считается удобным методом организации регионального производства на целевом внешнем рынке без значительных финансовых вложений. Наиболее существенное преимущество компании такого рода - это низкие расходы на организацию, сопровождение и контроль такого рода деятельности.

Франчайзинг - это вариация лицензирования работы, согласно которой фирма-франчайзер передает собственному посреднику (компании-франчайзи) разрешение на реализацию деятельности под собственной торговой маркой. Передавать можно как просто возможность применения торгового знака и товаров фирмы, так и полный бизнес-процесс. Получатель лицензии может применять лицензию на абсолютно иных рынках, этим самым снижая собственную взаимозависимость от успеха основной фирмы [3, с. 243].

Иерархическое построение бизнеса. Такого рода способ выхода на зарубежные рынки именуется еще инвестиционным методом расширения бизнеса. Он подразумевает полный контроль бизнеса на целевом внешнем рынке, а также непосредственно полное владение фирмой в целевой стране.

Можно отметить 2 ключевых пути применения инвестиционной стратегии выхода на внешний рынок: приобрести уже существующий бизнес либо создать новую фирму. Приобретение уже готового бизнеса на целевом внешнем рынке может быть достигнуто посредством реализации процесса слияния либо приобретение контрольного пакета акций фирмы. Такого рода способ считается менее затратным, нежели создание подобного бизнеса с нуля, а также может сразу гарантировать компании определенную долю на целевом рынке [1, с. 15].

Таким образом, выход компании на внешние рынки – это рискованный шаг, в котором предприятие может как найти возможности расширить свое производство, так и потерять. Для этого следует полностью проанализировать деятельность предприятия, принять во внимание наличие различных ограничений, рисков в международной торговле - как в стране, на рынок которой оно планирует выходить, так и на собственном, а также выбрать оптимальное стратегическое направление, в котором предприятие расширит свое производство и получит максимальную прибыль.

Список использованных источников:

1. Денисова И.Н. Импортзамещение и экспортная ориентация — современная стратегия потребительской кооперации: проблемы и пути решения // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2017. № 6. С. 13—21.
2. Байков Е.А. Основные условия реализации стратегий, стратегических планов и проектов инновационно развивающимися предприятиями // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2015. № 4 (223). С. 157—166. DOI: 10.5862/JE.223.14
3. Козырева Е.В., Новикова Н.В. Опыт реализации политики импортзамещения и экспортной ориентации в зарубежных странах // Вестник

Иваненко И.А., к.э.н., доц.,
Скрицкий В.В.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Импортозамещение представляет собой тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленный на защиту внутреннего производителя путем замещения импортируемых промышленных товаров товарами национального производства. Тема импортозамещения наиболее актуальна в настоящее время в связи с западными санкциями против России. Поэтому итогом новой экономической политики в этих сложных условиях должно стать именно импортозамещение, которое позволит в значительной степени минимизировать негативный эффект от антироссийских санкций.

Из-за существующих ограничений на экспортную ориентацию (не все страны могут экспортировать одновременно; мировая торговля растет медленно; рабочая сила используется не полностью), многие страны (Япония, Франция) активно применяют политику импортозамещения для защиты своих внутренних рынков. Для замещения импорта отечественными товарами могут использоваться протекционистские методы регулирования: тарифные и нетарифные. Вместе с тем рост импортозамещения сдерживается ограничениями платежного баланса в соответствии с Законом о Тирлуолле, поэтому необходимо принять меры для увеличения экспорта или ограничения импорта [1].

Большинство стран мира вышли из стадии ограничений импорта и поощряли процесс импортозамещения в период индустриализации и продолжают делать это сегодня. В ежегодных отчетах о торговле и развитии, публикуемых ЮНКТАД, отмечается влияние индустриализации импортозамещения на экономический рост стран: в случаях, когда возможности импорта продукции ограничены (девальвация национальной валюты, низкие доходы), вводятся ограничения на импорт; Центральные банки поддерживают национальную банковскую систему, удовлетворяя финансовые потребности частного и государственного секторов, обеспечивая быстрое расширение внутреннего промышленного производства, которое постепенно заменяет импорт [2].

Импорт заменяет экономический рост, когда: 1) один из товаров, например продукт, конкурирует с импортом; 2) один из факторов производства, например, капитал, интенсивно используется в производстве товаров; 3) остальные факторы остаются неизменными; 4) и предложение капитала увеличивается, тогда: 1) объем производства товаров будет увеличиваться, поскольку увеличение капитала, которое снижает его рентабельность,

удешевляет товары; 2) более дешевый капитал оказывает более значительное влияние на производство товаров, чем на производство товаров, поскольку капитал более интенсивно используется в производстве товаров, чем в производстве товаров [3].

Политика импортозамещения в России активно осуществляется с начала 2015 года вместе с принятием следующих нормативных документов: «План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году» (утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 января 2015 г. № 98-р) [4].

Замещая импорт, государство перемещает или обменивает иностранные товары на российском рынке. Эта политика проводится с целью повышения национальной и экономической безопасности государства. Здесь можно говорить о двух направлениях. Во-первых, это ситуации, когда протекционистские ограничения на импорт вводятся в отношении внутренних секторов экономики, чтобы снизить конкуренцию с иностранными поставщиками и создать среду, способствующую развитию импортозамещения в России. Во-вторых, это ситуации, когда прямые и косвенные субсидии применяются к отечественным отраслям, которые производят импортозамещающие товары в России и конкурируют с западными партнерами за повышение конкурентоспособности отечественных товаров и сокращение импорта.

Эти направления часто используются вместе. Например, с целью развития машиностроения страны тарифы на ввоз иномарок в Россию будут увеличены на 20%, а также оборудования для сокращения объемов импорта иностранных товаров в Россию. машиностроение. При этом отрасль машиностроения часто подлежит льготному налогообложению на определенный период времени, а также различным льготам для компаний, занимающихся производством соответствующей продукции. Такие меры приводят к удешевлению отечественной продукции, дают возможность бороться с зарубежными конкурентами и добиваться в этом успеха. Обычно отечественный термин. По мере увеличения и усиления замещения политика импортозамещения постепенно исчезнет.

В 2014 году развитие импортозамещения в России начало уменьшаться. Затем западные государства ввели санкции против нашей страны. 4 августа 2015 года в России началось создание государственных комитетов по импортозамещению. Реализован нормативный пакет, направленный на господдержку российского производителя. Такая ситуация возникла в 2012 году, когда резко упали цены на нефть, а вместе с ними и российский рубль. После того, как правительство России прояснило эту тенденцию, они попытались увеличить внутреннее производство и начали разрабатывать план импортозамещения в России, чтобы пережить кризисный период без особых потерь. В настоящее время российская продукция производится достаточно быстрыми темпами. Цель - добиться наиболее полного импортозамещения в России и увеличить объемы производства [5].

Если брать во внимание аграрный сектор Российской Федерации, то здесь выбрали другие методы. Россия ввела эмбарго и закрыла почти весь продовольственный рынок из других стран. Эти меры были приняты в контексте экономических санкций США и Евросоюза. В то же время Россия предприняла масштабные меры в собственном аграрном секторе. В первую очередь, финансовые ресурсы оказали поддержку производителям этой продукции. Сегодня можно сказать, что пищевая промышленность и сельское хозяйство растут, несмотря на экономический кризис.

Выводы. Взятый США курс на изоляцию России — ограничение ее доступа к мировым рынкам, технологиям, финансовым ресурсам, а также большая вероятность дальнейшего расширения такого рода санкций могут привести к тому, что технологическое отставание России от западных стран будет нарастать. Для преодоления этих тенденций России предстоит создать новые механизмы наращивания инвестиций, модернизации технологий, повышения уровня человеческого капитала и качества институтов. Результатом импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции с относительно высокой добавленной стоимостью. Разумное решение этой проблемы позволит не только сократить импорт, сохранив в стране значительный объем валютных средств, но и удешевить товары, поддержать отечественного производителя, создать новые рабочие места.

Политика защиты молодых отраслей и политика импортозамещения не может рассматриваться как универсальный инструмент для длительного и устойчивого экономического роста. Его действенность во многом зависит от широкого спектра условий развития, включающих активную политику институционального и инфраструктурного развития, активное формирование человеческого и интеллектуального капиталов, макроэкономическую политику и борьбу с коррупцией и создание эффективного государственного аппарата. В то же время следует понимать отличия в сущности понятий импортозамещение как экономической категории, экономического процесса и государственной экономической политики.

Список использованных источников:

1. Аронов И.З. Краткий обзор мер технического регулирования в рамках политики импортозамещения // Стандарты и качество. - 2015. - N 1. - С.28-33.
2. Выжитович А.М. Импортозамещение: актуальные механизмы и инструменты / А.М. Выжитович, П.А. Ершов // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2015. - N 38. - С.52-64.
3. Березинская О. Технологическая зависимость от импорта и перспективы импортозамещения в российской промышленности / О.Березинская, Д.Щелокова // Экономическое развитие России. 2018. - Т.25, N 1. - С.20-26.

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 января 2015 г. №98-р об утверждении Плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году.
5. Глазкова Л. Простое импортозамещение - пройденный этап // Рос. Федерация сегодня. - 2019. - N 3. - С.46-50.

Колос И.В., ст. преподаватель.,
Рынжа Е.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

РОССИЙСКО-КИТАЙСКАЯ ТОРГОВЛЯ В 2020 ГОДУ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Ковидные времена привнесли кардинальные изменения для мировой экономики. В этой связи, Россия и Китай, как стратегические партнеры, актуализировали действия в направлении устойчивого развития их взаимоотношений и препятствуют попыткам внешних игроков влиять на него.

Пандемия COVID-19 послужила фактором снижения деловой активности между Россией и Китаем. По данным Главного таможенного управления (ГТУ) КНР, российско-китайский товарооборот сократился до 107,8 млрд долл. по итогам 2020 г., хотя с 2015 г. он демонстрировал устойчивые темпы роста (см. рис. 1). Это произошло за счет снижения объемов экспорта из России в Китай, спад которого составил 6,6 % (57,2 млрд долл.). В свою очередь, экспорт из Китая в Россию увеличился на 1,7 % – до 50,6 млрд долл.

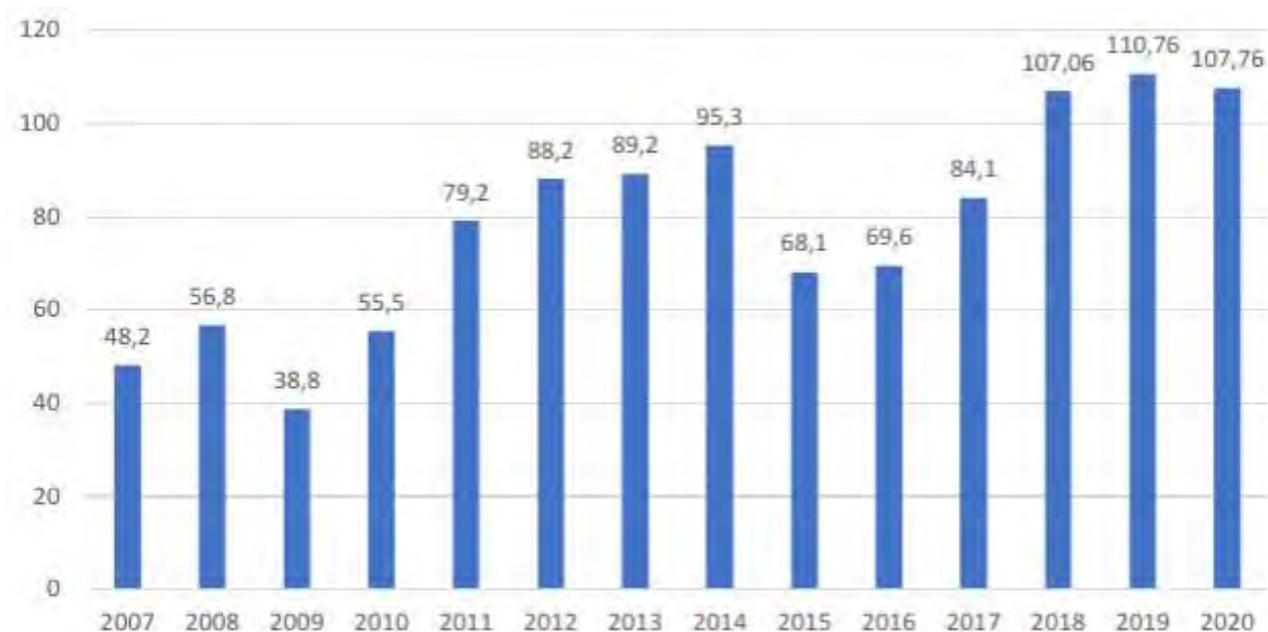


Рисунок 1 - Товарооборот РФ и КНР за 2007–2020 гг., млрд долл.

*составлено по данным [1]

Однако, торговый оборот между РФ и КНР, в 2020 г. вновь, в третий раз в истории, превысил отметку в 100 млрд долл. Более того, доля торговли с КНР в российской внешней торговле составила 18,3% (+1,7%), что стало самым

высоким показателем за всю историю российско-китайского взаимодействия. Китай на протяжении последних 11 лет остается крупнейшим торговым партнером России, а Россия по итогам 2020 г. заняла 11-е место по объемам товарооборота с КНР [2].

Далее, по логике изложения, рассмотрим товарную структуру экспорта из России в Китай в 2020 г. (см. табл. 1).

Таблица 1 - Товарная структура экспорта из России в Китай в 2020 г.

Товарная группа	Объем экспорта (млн долл.)	Доля в общем экспорте (%)	Изменения по сравнению с 2019 г. (%)
Минеральное топливо, нефть, нефтепродукты	33385,39	58,4	-21,6
Цветные металлы	4454,49	7,8	42,1
Сельхозпродукция и продукты питания	4082,45	7,1	13,9
Древесина и изделия из нее	3709,69	6,5	-14
Руды, шлаки, зола	3427,55	6	53,7
Черные металлы	2171,9	3,7	314,5
Продукция химической и связанной с ней отраслей	1616,9	2,8	27,9
Драгоценные камни и металлы	1512,04	2,6	136,1
Бумажная масса, целлюлоза	806,38	1,4	-7,1
Удобрения	660,76	1,2	-13,5
Машины и оборудование	518,06	0,9	-9,3
Бумага и картон, изделия из них	368,92	0,6	102,6

*составлено по данным [1]

Анализируя данные табл. 1 стоит отметить, что объем экспорта минерального топлива, нефти и нефтепродуктов составил 33,4 млрд долл., потеряв 21,6 % по сравнению с 2019 г. Негативные изменения наблюдаем в следующих товарных группах: древесина и изделия из нее (-14 %); бумажная масса, целлюлоза (-7,1 %); удобрения (-13,5 %); машины и оборудование (-9,3 %). При этом в 2020 г. наблюдалась положительная динамика в экспорте цветных металлов (+42,1 %), черных металлов (+314,5 %), драгоценных камней и металлов (+136,1 %) и др. Также отметим положительную динамику роста экспорта сельхозпродукции и продуктов питания (+13,9 %), демонстрирующую эффективность созданных ранее механизмов взаимодействия по увеличению поставок даже в непростых условиях пандемии COVID-19.

Аналогично проанализируем товарную структуру экспорта из Китая в Россию в 2020 г. (см. табл. 2).

Таблица 2 - Товарная структура экспорта из Китая в Россию в 2020 г.

Товарная группа	Объем экспорта (млн долл.)	Доля в общем экспорте (%)	Изменения по сравнению с 2019 г. (%)
Машины и оборудование	25063,06	49,5	10,8
Текстильные материалы	5403,3	10,7	13,2
Химическая продукция	4947,79	9,8	7,7
Недрагоценные металлы	3701,62	7,3	-4,5
Разные промышленные товары	3594,457	7,1	27,8

Необработанные шкура и кожа	2304,459	4,6	-37,8
Обувь, головные уборы	1770,45	3,5	-20,4
Оптическое оборудование	1498,33	3	22,4
Сельхозпродукция и продукты питания	1392,82	2,8	-23,7
Изделия из камня, гипса	992,296	2	15,6
Бумага, картон и изделия из них	319,345	0,6	17,2

*составлено по данным [1]

Исследуя данные табл. 2, отметим, что экспорт машин и оборудования составил 25063 млн долл. (рост на 10,8 % по сравнению с 2019 г.). Также наблюдаем положительную динамику экспорта следующих товарных групп: текстильные материалы и текстильные изделия (+13,2 %), разные промышленные товары (+27,8 %), бумага, картон и изделия из них (+17,2%) и др.

В текущих условиях важным элементом взаимной торговли стали противоэпидемические средства индивидуальной защиты. Отметим снижение объема экспорта сельхозпродукции и продуктов питания (-23,7 %), необработанной шкуры и кожи (кожевенное сырье), натурального меха и изделий из них (-37,8 %).

Таким образом, для активизации сотрудничества представляется целесообразным внедрение новых институциональных механизмов в части его планирования, в том числе на основе имеющегося регионального и международного опыта, и установление новых целевых ориентиров, к примеру по выходу на итог в 200 млрд. долл. товарооборота (планируется к 2024 г. путем реализации разрабатываемой Дорожной карты), что позволит скоординировать соответствующие меры обеих стран [3].

Список использованных источников

1. Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.russchinatrade.ru/ru/ru-cn-cooperation/trade_ru_cn
2. Агентство экономической информации «Прайм» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://1prime.ru/state_regulation/20210413/833449312.html
3. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/news/rossiya_i_kitay_v_blizhayshee_vremya_soglasuyut_dorozhnyuyu_kartu_dlya_dostizheniya_tovarooborota_200_mlrd.html

Кузьменко С.С., ст. преподаватель
ГО ВО «ДонНУЭТ», Донецк

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Конъюнктурными тенденциями развития экономики Донецкой Народной Республики в современных условиях являются следующие: активизация

процессов трансформации экономики Донецкой Народной Республики; наличие уникальных возможностей для создания технологических цепочек, запасов природных ресурсов, мощного производственного и научно-технического потенциала; необходимость формирования модели, позволяющей осуществить инновационный прогресс в экономике; целесообразность построения экспортоориентированной многоукладной экономики инновационного типа; потенциал активного инвестиционного процесса для возобновления и обеспечения устойчивых темпов экономического роста; изменение подходов к регулированию и обеспечению условий функционирования экономики Донецкой Народной Республики; концентрация ресурсов посредством создания и поддержки государственных предприятий, выступающих основой развития промышленного сектора; обеспечение экономической свободы для развития малого и среднего бизнеса [1]; формирование новых источников доходов; создание благоприятных условий, позволяющих бизнесу реализовать долгосрочную стратегию.

Типизация продукции в соответствии с Международным классификатором товаров и услуг [2], Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности [3] и Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики [4] не совпадает, что подтверждает специфику осуществления внешней торговли Донецкой Народной Республики, которую необходимо учитывать при анализе основных показателей внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий в современных условиях. Анализируя индикаторы социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, целесообразно отметить рост показателей основных отраслей экономики, положительную динамику производства товарных позиций промышленной продукции, ускорение темпов роста объема реализованных услуг и товарооборота, увеличение среднемесячной заработной платы [1], что позволяет сделать вывод об имеющихся перспективах возможного улучшения социально-экономического положения Донецкой Народной Республики, преодоления снижения уровня жизни и повышения благосостояния граждан.

Внешнеторговый оборот предприятий Донецкой Народной Республики демонстрирует положительную динамику. Сохраняется география основных рынков экспорта. Наблюдается тенденция к снижению отрицательного соотношения между экспортом и импортом товаров. В 2019-2021 гг. наблюдается увеличение объемов экспорта, импорта и, соответственно, внешнеторгового оборота Донецкой Народной Республики. Экспорт растет более быстрыми темпами, чем импорт. Географическое распределение внешней торговли товарами практически сохраняется – это в основном все страны СНГ, большинство стран Азии. Концентрация поставок в большей степени ориентирована на страны СНГ. Наблюдается увеличение количества предприятий-импортеров и предприятий-экспортеров. Основными товарными статьями экспорта предприятий Донецкой Народной Республики являются

металлы и изделия из них, уголь, электроэнергия и продукты питания. Metallургическими предприятиями Донецкой Народной Республики, осуществляющими внешнеэкономическую деятельность, являются: Харцызский трубный завод, ООО «Аркэсэл», ООО «ТПК «Донецкий сеточный завод», ПрАО «Втормет» и др.; машиностроительными предприятиями – ООО «Донбасс-углемаш», ГП «Донецкгормаш», ООО «Научно-производственное объединение «Ясиноватский машиностроительный завод», завод «ДонФрост» и др.; химическими предприятиями – ООО «Донтехрезина и Ко», ООО «Омега», ООО «Центр управления качеством больничной гигиены» и др.; фармацевтическими предприятиями – ООО «Донбиофарм», ООО «АУП «Сарепта-Медипласт», ООО «Биофа» и др. Целесообразно отметить рост объемов экспорта предприятий по производству бумаги, машиностроительных, пищевых и металлургических предприятий. Наблюдается снижение объемов экспорта фармацевтических, химических предприятий, а также предприятий легкой промышленности. Наибольший объем внешнеторгового оборота сформирован с Российской Федерацией, Луганской Народной Республикой, Республикой Южная Осетия. Предприятия угольной, металлургической, энергетической отраслей, пищевой промышленности характеризуются более значительными возможностями реализации внешнеэкономических связей по сравнению с предприятиями малого предпринимательства, машиностроения, химической и легкой промышленности [1; 4]. В условиях структурных трансформаций эффективность внешнеторговой деятельности, как основной компоненты внешнеэкономической деятельности предприятий Донецкой Народной Республики, не подтверждается, не смотря на положительную динамику экспорта, импорта и, соответственно, внешнеторгового оборота. В 2020-2021 гг. показатели эффективности внешнеторговой деятельности предприятий Донецкой Народной Республики характеризуются более высокими значениями по сравнению с 2019 г., что подтверждает положительную динамику исследуемых индикаторов.

Основными векторами совершенствования социально-экономического развития Донецкой Народной Республики являются следующие: формирование институциональной среды, ориентированной на экономический рост: повышение эффективности управления государственным сектором экономики; формирование благоприятной среды для развития малого и среднего предпринимательства; создание условий по улучшению инвестиционного климата; развитие секторов экономики Донецкой Народной Республики на основе государственного регулирования (энергетика, тяжелое машиностроение, металлургия, военно-промышленный комплекс) [4]; осуществление государственной поддержки развития и внедрения новых технологий, имеющих возможность способствовать ускоренному экономическому росту; повышение сбалансированности производственно-технологического потенциала, создание условий для расширения внутреннего спроса: создание условий для усиления инвестиционной активности, восстановление и развитие собственной базы инвестиционных ресурсов [1]; развитие внутреннего рынка; повышение уровня

продовольственной безопасности; повышение экономической самостоятельности и ответственности административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики и субъектов хозяйственной деятельности; реализация успешной экспортоориентированной деятельности предприятий, производящих продукцию высокого передела, возобновление межотраслевой и межрегиональной кооперации; развитие человеческого капитала: формирование системного подхода к решению задачи восполнения потребностей рынка труда в квалифицированных кадрах; содействие инвестированию в науку; использование инструмента государственно-частного партнерства для модернизации коммунальной, социальной и транспортной инфраструктуры.

Перспективными направлениями повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий Донецкой Народной Республики в современных условиях являются следующие: активизация внешнеэкономического сотрудничества предприятий как условие осуществления прогрессивных изменений в отраслевой структуре экономики Донецкой Народной Республики; интеграция отечественных производителей в технологические цепочки других государств; укрепление внешнеэкономических связей с целью создания благоприятных условий для привлечения финансовых средств на потребности увеличения масштабов производственной деятельности отечественных предприятий [1]; расширение доступа отечественных производителей на внешние рынки сбыта, что увеличивает возможности реализации собственной продукции; возможность реализации внешнеторговой деятельности предприятий Донецкой Народной Республики как основной формы внешнеэкономической деятельности и повышение ее эффективности.

Список использованных источников:

1. Половян А.В. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы и пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43050123_74246346.pdf
2. Классы МКТУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://patentus.ru/tovarnye-znaki/mktu/>
3. Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proagro.com.ua/reference/promru/okpd/>
4. Коды ТН ВЭД ДНР 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vedinfo.su/tnvedtree/>

ОЦЕНКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

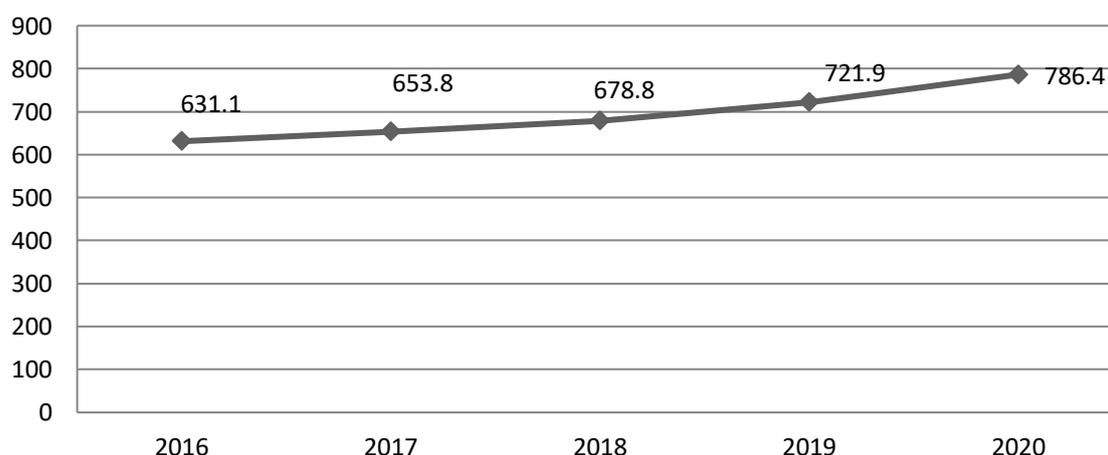
Современную логистику сложно представить без контейнерного транспорта, который обеспечивает доставку грузов от отправителя до получателя, сокращая количество промежуточных погрузочно-разгрузочных операций. Контейнеры надежны и гарантируют сохранность груза, сводя к минимуму риски повреждения или потери транспортируемой продукции [1].

Следует отметить, что доставка грузов в контейнерах – один из самых выгодных и удобных способов перевозки, позволяющий перемещать крупногабаритные грузы по доступной цене с использованием различных видов транспорта, самым популярным из которых является морской.

Выгодное географическое положение страны позволяет Российской Федерации через свои коммуникации получать значительный доход от экспорта транспортных услуг, в том числе осуществления транзитных перевозок из-за рубежа. Сегодня Россия обладает мощным многоотраслевым и многофункциональным транспортным комплексом, на его территории представлены все виды транспорта [2].

Для оценки основных показателей состояния рынка морских перевозок Российской Федерации в качестве объектов наблюдения можно выделить следующие: объем перевалки грузов, долю объемов перевалки в морских портах и структуру перевозимых товаров.

Объем перевалки грузов в морских портах России за 2020 год увеличился по сравнению с 2019 годом на 8,9% и составил 786,4 млн. т (рисунок 1.1).



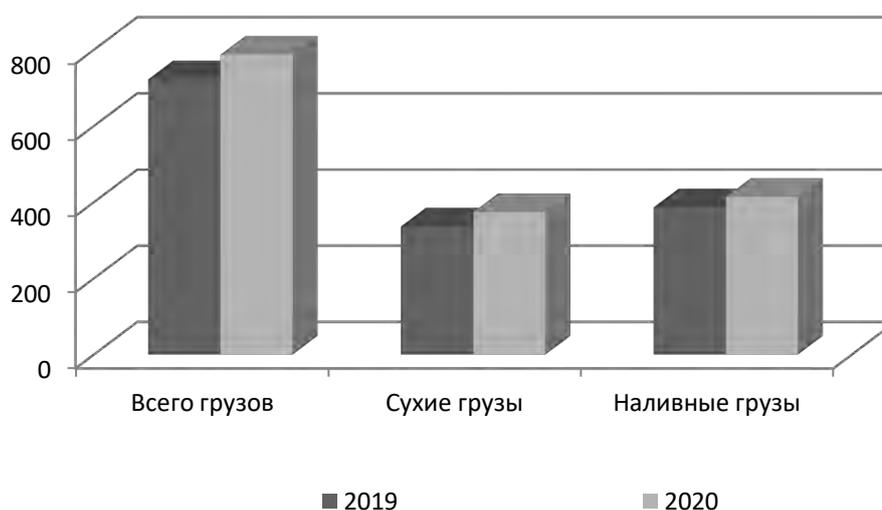
*составлено на основе источника [3]

Рисунок 1.1 – Объем перевалки грузов в морских портах России

На общий рост грузооборота повлияло как увеличение объема перевалки сухогрузных судов на 11,1%, так и увеличение объема перевалки наливных грузов на 7%. Увеличение перевалки сухих грузов через морские порты России

связано с приростом перевалки навалочных грузов на 12,4%, грузов в контейнерах на 13%, генеральных грузов на 3,4%, увеличения объемов перевалки навалочных грузов (+ 29,8%). Стоит отметить, что по итогам 2020 года объем грузооборота паромными судами снизился на 9,1%, в абсолютном выражении он составил 18,4 млн. тонн.

Перевалка наливных грузов увеличилась в основном за счет увеличения перевалки сырой нефти на 10,7%, сжиженного газа на 8,8% при небольшом приросте перевалки нефтепродуктов на 0,6%. В абсолютном выражении перевалка нефти и сжиженного газа составила 252,3 млн. тонн и 14,8 млн. тонн соответственно. Анализ грузооборота морских портов по направлениям показывает, что в 2020 году произошел рост объемов перевалки по всем направлениям: в экспорте на 6,8%, в импорте на 14,2%, в транзите и в каботаже соответственно на 14,1% и 19,6%



*составлено на основе источника [3]

Рисунок 1.2 – Объем перевалки грузов в морских портах России за 2020г., млн. т

Таблица 1 – Доля объемов перевалки грузов в морских портах России по направлениям за 2016-2020гг.

Наименование показателя	2016	2017	2018	2019	2020
Доля объемов перевалки грузов по направлениям, всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
Экспорт	78,5	79,8	79,7	78,6	77,1
Импорт	5,0	4,9	4,9	4,4	4,6
Транзит	6,9	7,0	7,1	7,0	7,4
Каботаж	9,3	9,0	8,3	10,0	10,9

*составлено на основе источника [3]

На долю экспортных грузов приходится 77,1% от общего грузооборота морских портов, импортных – 4,6%, транзитных – 7,4%, каботажных – 10,9%.

Таблица 1.2 – Структура перевозок грузов морским транспортом России по видам грузов в 2016–2020 гг.,%

Наименование	Год				
	2016	2017	2018	2019	2020
Каменный уголь и кокс	16,9	17,0	17,1	17,8	18,3
Нефть и нефтепродукты наливом	20,1	20,3	20,5	17,6	18,0
Руда	1,3	1,4	1,5	1,7	1,6
Металлы	11,4	11,0	12,4	10,9	9,4
Металлолом	3,0	3,2	3,3	2,7	2,9
Химические и минеральные удобрения	6,5	6,7	6,3	7,4	5,8
Химические грузы	0,4	0,5	0,2	0,5	0,8
Строительные грузы	3,0	2,8	2,9	3,2	2,4
Цемент	0,7	0,3	0,5	0,3	0,8
Лесные грузы	5,7	5,9	6,0	8,6	8,1
Зерно и продукты перемола	8,6	8,3	9,0	7,1	9,1
Промышленное сырье и формовочные материалы	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9
Машины, оборудование и металлоизделия	4,5	5,3	4,3	6,3	6,0
Прочие грузы	17,4	14,3	15,1	15,0	15,9

*составлено на основе источника [3]

Из анализа данных табл. 1.2 видно, что наиболее часто перевозимые грузы отечественного морского транспорта каменный уголь и кокс (18,3%), а также нефть и нефтепродукты наливом (18%).

Подводя итог, следует отметить, что в настоящее время эксплуатируемая сеть внутренних водных путей России составляет 101,5 тыс. км. Большинство этих маршрутов имеют хорошо развитую инфраструктуру для организации и обслуживания судоходства. Внутреннее судоходство обслуживает 61 регион. Из-за неразвитости автомобильных и железных дорог внутреннее судоходство имеет особое значение для оказания социально значимых услуг населению Крайнего Севера и других территорий.

Список использованных источников:

1. Международная судоходная отрасль [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.tandfonline.com>
2. Состояние мирового рынка морских перевозок [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.gruztech.net/article/324>
3. Обзор состояния морских перевозок [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer>

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

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЯПОНИИ

В современный период к особо значимым направлениям деятельности государства относятся внешнеэкономические связи. Без участия в мировой торговле просто невозможно развитие страны. Факторами, содействующими

такому участию, являются ресурсобеспеченность страны, стоимость экспорта и импорта на душу населения, доля страны в мировой торговле и другие показатели. Внешнеэкономические связи имеют большое значение, так как их образование и укрепление способствуют продвижению по пути экономического прогресса, сотрудничество стран ведет к появлению специализации или международному разделению труда, развитию мировой экономики в целом.

Япония сохраняет позиции одной из ведущих стран в мировой экономике, несмотря на некоторое снижение ее доли в мировом товарообороте, она занимает четвертое место после Китая, США и Германии. Её внешнеэкономический комплекс находится в состоянии сильнейшей международной конкуренции.

Целью исследования является анализ внешней торговли Японии.

Целесообразно начать изучение с рассмотрения динамики экспорта и импорта Японии в 2017 – 2020 гг.

Таблица 1 – Динамика экспорта и импорта Японии за 2017-2020 гг. [1].

Торговый поток	Показатель	2017	2018	2019	2020
Импорт	Изменение стоимости, г/г, %	10,63	11,42	-3,65	-11,85
	Стоимость (долл. США)	671474306095	748217608150	720858630025	635402321812
Экспорт	Изменение стоимости, г/г, %	8,24	5,74	- 4,41	- 9,11
	Стоимость (долл.США)	698097188909	738201192214	705633026838,00	641282568357

Как можно заметить, ситуация с экспортом и импортом достаточно плохая, и импорт, и экспорт уменьшаются после 2018 года.

Совокупный экспорт из Японии составил 641 млрд долларов в 2020 году. Сокращение поставок товаров из Японии в стоимостном выражении составило 9,11%, если сравнивать показатели с 2019 годом: экспорт товаров уменьшился на 64 млрд долларов (в 2019 из Японии было поставлено товаров на сумму 705 млрд долларов).

Импорт же составил 635 млрд. долларов в 2020 году, однако по сравнению с 2019 годом, он уменьшился на 85 млрд. долларов.

Однако в 2018 году и экспорт и импорт рос, сравнив 2017 и 2018 года, получим, что экспорт вырос на 40млрд долларов, импорт же на 76 млрд долларов.

На такое огромное уменьшение показателей импорта и экспорта в 2019 и 2020 годах может способствовать множество факторов, особенно COVID-19.

Сокращение импорта Японии было вызвано, в первую очередь, снижением объемов поставок минерального топлива и других сырьевых материалов из стран Ближнего и Среднего Востока, а также АСЕАН ввиду

ограниченности спроса со стороны промышленности и падения цен. На них приходилось около 70% общей стоимости импорта.

В целом, экспорт продукции японского машиностроения снизился на 10-20% по сравнению с предыдущим годом, а именно снизились поставки станков, промышленной и бытовой электроники, горнодобывающей и строительной техники [2].

Рассмотрим основные направления экспорта из Японии в 2020 году:

- Китай с долей 22% (141 млрд US\$)
- США с долей 18,5% (118 млрд US\$)
- Южная Корея с долей 6,96% (44 млрд US\$)
- Прочие страны Азии с долей 6,92% (44 млрд US\$)
- Гонконг с долей 4,99% (32 млрд US\$)
- Таиланд с долей 3,98% (25 млрд US\$)
- Сингапур с долей 2,75% (17,6 млрд US\$)
- Германия с долей 2,74% (17,5 млрд US\$)
- Вьетнам с долей 2,66% (17,1 млрд US\$)
- Малайзия с долей 1,96% (12,5 млрд US\$) [1].

Крупнейшими торговыми партнёрами по импорту товаров в Японию в 2020 году являются:

- Китай с долей 25% (163 млрд US\$)
- США с долей 11,2% (71 млрд US\$)
- Австралия с долей 5,63% (35 млрд US\$)
- Прочие страны Азии с долей 4,21% (26 млрд US\$)
- Южная Корея с долей 4,18% (26 млрд US\$)
- Таиланд с долей 3,74% (23 млрд US\$)
- Вьетнам с долей 3,46% (22 млрд US\$)
- Германия с долей 3,34% (21 млрд US\$)
- Саудовская Аравия с долей 2,9% (18,4 млрд US\$)
- ОАЭ с долей 2,58% (16,3 млрд US\$).

Если рассматривать основных партнеров Японии, можно заметить, что страна сотрудничает наиболее с Китаем и США, они занимают наибольший удельный вес в структуре партнерства, что по импорту, что по экспорту.

Однако, как показали опросы, проведенные JETRO в сотрудничестве с торгово-промышленными палатами Японии, снижение продаж в первую очередь затронуло массу компаний, ориентирующихся на китайский рынок. Под воздействием различных ограничений, введенные Китаем вследствие распространения COVID-19, в частности проблем управления бизнесом из-за трудностей на возобновление деловых операций, ограничений на переводы между провинциями и городами и приостановки выдачи виз, а также обостряющихся торгово-политических отношений Китая и США все большее количество японских компаний реструктурирует цепочки поставок из Китая, прежде всего во Вьетнам и Таиланд, внося существенные изменения в их модели [2].

Итак, внешнеэкономические связи играют центральную роль в экономике Японии. В ходе анализа динамики внешней торговли страны, мы выявили, что в целом показатели внешнеторговой деятельности уменьшаются.

Финансовое состояние Японии в дальнейшем напрямую зависит от решения проблем с коронавирусом, так как из-за этого происходит снижения импорта и экспорта страны, а также могут нарушаться хорошие отношения с странами–партнёрами.

Список использованных источников:

1. Годовая статистика международной торговли товарами [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - 2021. - Режим доступа: <https://trendeconomy.ru/data/h2/Japan/TOTAL#:~:text=Совокупный%20импорт%20в%20Япония%20составил,на%20сумму%20720%20млрд%20долларов>
2. Bermingham F. Coronavirus: evidence of demand shock wave to China's economy piles up, as South Korean exports collapse. SCMP Global Impact Newsletter, May 2020. URL: <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3083858/coronavirus-evidence-demand-shock-wave-chinas-economy-piles>

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

ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сейчас динамика рыночных процессов настолько высока, что управление рисками на предприятии становится неотъемлемой составляющей его эффективного хозяйствования. Особое значение оно приобретает в сфере внешнеэкономической деятельности, где условия для компаний существенно отличаются от тех, что сложились внутри страны.

Несмотря на это, управление рисками в сфере внешнеэкономической деятельности являются не только важной предпосылкой выживания предприятий в современных условиях, но это также залог успешного осуществления этой деятельности.

Различные аспекты управления рисками предприятий в целом и в сфере внешнеэкономической деятельности в частности исследовали такие зарубежные ученые, как Е. Демодерен, Б. Дэвидсон, Дж. Кейнс, Р. Кэплен, А. Маршалл, Ф. Найт. Важный вклад в развитие этих проблем осуществили также отечественные ученые – Н.В. Байда, И.О. Бланк, В.В. Витлинский, М. П. Войнаренко, П. И. Верченко, А. И. Гончар, В. М. Гранатуров, И. Ю. Ивченко, А. Е. Кузьмин, В. В. Лукьянова, Н.И. Машина, А. Г. Мельник, И. М. Михайловская, В. М. Нижник, В. А. Паляница, В. В. Стадник, А. А. Старостина, Н.А. Хрущ, Д. А. Штефаньча и др [1].

Внешнеэкономическая деятельность на международном рынке каждый год становится все более непредсказуемой для субъектов международной деятельности. Объем и уровень рисков в сфере внешнеэкономической деятельности является соответственно большим и выше, чем в других сферах деятельности предприятия. Факт повышенной рискованности внешнеэкономической коммерческой деятельности в научных источниках вполне обоснованно объясняют:

1) наличием иностранного контрагента как представителя другой культуры, других традиций ведения бизнеса;

2) увеличением времени и расстояния осуществления экспортных и импортных сделок, что повышает кредитные риски и вероятность срыва сроков исполнения контрактов;

3) необходимостью пересечения таможенной границы Украины вследствие транспортировки товара, в результате чего возникают риски таможенного оформления;

4) осуществлением расчетов между покупателем и продавцом в иностранной валюте, курс которой претерпевает изменения, что в свою очередь приводит к возникновению валютных рисков;

5) различиями в законодательном и нормативном регулировании различных стран, необходимостью их учета во внешнеэкономическом контракте, возможным усилением налогового давления;

6) потребностью привлечения различных организаций, предоставляющих услуги по продвижению товара за границей, что обуславливает рост затрат во время доставки [2].

Н.Е. Ветка под риском в сфере внешнеэкономической деятельности видит предполагаемые опасные события, возникающие в условии внешнеэкономической деятельности.

Я.Д. Вишняков и Н.Н. Радаев, говоря о риске в сфере внешнеэкономической деятельности, подразумевают непредсказуемость внешнеэкономических операций и неполную уверенность относительно эффективности операций, которые планируются и проводятся в процессе осуществления внешнеэкономической деятельности; сюда же авторы относят угрозу потери ресурсов, дополнительных расходов, недополучение прибыли субъектами предпринимательства.

Ю.В. Тюленева, исследуя риски в сфере внешнеэкономической деятельности, отметила, что ими являются возможные неблагоприятные события, которые могут произойти и в результате которых могут возникнуть убытки, имущественные потери участников внешнеэкономической деятельности.

«Риск предприятия–субъекта внешнеэкономической деятельности, – как считает С. Подреза – это экономическая категория, которая отражает результат реализации выбранного решения в виде успеха, неудачи или отклонения от поставленной цели во время проведения производственно-хозяйственной, в том

числе внешнеэкономической деятельности, с учетом влияния внутреннего и внешней среды»

Таким образом, сегодня отсутствует единая трактовка понятия «риск сфере внешнеэкономической деятельности», однако большинство авторов под ним понимают возможность положительных и отрицательных отклонений от прогнозируемого желаемого результата принятых решений, связанных с интеграцией отечественного предприятия в мировую экономику и осуществлением внешнеэкономических сделок.

По отношению к договорному процессу риски сфере внешнеэкономической деятельности можно разделить на три основные группы:

- риски, связанные с условиями контракта;
- риски контрагента;
- риски, связанные с выполнением контракта предприятием.

Причинами возникновения рисков, касающихся условий контракта, являются отсутствие в контракте всех необходимых оговорок, недостаточная подготовка к процессу проведения переговоров и их продолжительность. Как следствие, растет вероятность непринятия товара, неудовлетворение потребностей потребителя, неправильного определения стоимости контракта, трудностей и проблем в процессе выполнения обязательств по контракту.

Риск контрагента – это группа рисков, касающихся выбора зарубежного партнера и могут привести к задержке, невыполнению или ненадлежащему выполнению обязательств по контракту. Причинами возникновения данных рисков являются недостаток информации о партнере, языковой барьер, национальные и культурные особенности.

К рискам исполнения контракта относят производственные, сбытовые, транспортные риски, а также риски финансовой устойчивости и ликвидности и сертификации и таможенного оформления [3].

Внешние риски по контракту включают следующие подгруппы: политические, общеэкономические, правовые, риски форс-мажорных обстоятельств.

Если рассматривать риски по видам внешнеэкономической деятельности, то к ним относят:

- риски производственно-сбытовой кооперации – это риски, связанные с производством и поставкой продукции в соответствии с технической документацией, из материалов и на оборудовании заказчика, проведением совместных рекламных кампаний, созданием и функционированием совместных сбытовых организаций, сбытовых сетей, взаимным использованием сбытовых и складских помещений, частичной комплектацией импортируемого оборудования, услугами в сфере менеджмента, маркетинга, контроля за качеством, создание совместных предприятий. К этой группе рисков стоит также отнести риск текучести кадров вследствие стажировки управленческих кадров на зарубежных предприятиях и риск утечки секретной информации, раскрытия коммерческой тайны предприятия;

- риски научно-технической кооперации связанные с кооперацией в разработке конструкций и технологических схем, подготовкой и использованием общих технико-коммерческих предложений, услугами технического консультирования, куплей-продажей лицензий, патентов, товарных знаков и марок, ноу-хау, информационных продуктов, чертежей, формул, компьютерных программ по границей. Кроме того, данная группа рисков включает также риск текучести кадров вследствие стажировка технического персонала на зарубежных предприятиях и риски зависимости от зарубежного партнера по кооперации;

- инвестиционные риски – это риски, касающиеся внешнеэкономических арендных, лизинговых и кредитных операций, международных операций с ценными бумагами, прямого иностранного инвестирования [4].

Риски участия в международных мероприятиях на распределяют на:

- риски выбора международного мероприятия и формы участия в нем (риски несоответствия избранного вида мероприятия и целей предприятия, ложного определение потенциала конкретного мероприятия для предприятия, недостаточной популярности мероприятия, риск неверной трактовки предприятием условий участия в мероприятии, совместных заявок на участие в международных торгах, аукционах);

- маркетинговые риски (недостаточного внимания целевой аудитории к предложениям предприятия; неверного определения целевого сегмента посетителей, его вместимости; неправильной идентификации целей рекламной кампании; неправильного выбора канала рекламы с учетом требования организаторов, особенности мероприятия и целевой аудитории; риск неэффективного расположения, определения физических размеров и оформление рекламных материалов предприятия; недостаточной или чрезмерной интенсивности, объема и частоты рекламы; ненадлежащего учета культурных особенностей стран-участников мероприятия);

- организационные риски (риск нарушения установленных сроков по осуществлению отдельных работ по подготовке к участию в мероприятии, в том числе вследствие ненадлежащего выполнения обязательств поставщиками и посторонними организациями; неправильного определения отдельных этапов подготовки и проведения мероприятия, оценка их длительности и стоимости; изменения сроков проведения или отмены мероприятия; отклонений фактической стоимости участия в международном мероприятии от запланированной);

- риски персонала (недостаточной квалификации и неверного определения количества привлеченного персонала предприятия, неправильного определения стандартов работы персонала, недостаточной мотивированности персонала, осознания им сути и значения мероприятия).

Причинами повышенного уровня рисков, касающихся участия предприятия международных мероприятиях, могут быть отсутствие или недостаток опыта, ненадлежащая

подготовка, присутствие на международном мероприятии фирм-лидеров, неверное или не

вполне верное определение собственной конкурентоспособности, недостаток необходимой информации об условиях конкретного мероприятия.

Поскольку ситуация повышенного риска является одной из основных проблем коммерческих предприятий, действующих на международном рынке, то для минимизации рисков им целесообразно применять инструментарий риск-менеджмента, который должен включать в себя такие базовые методы:

1. Метод отказа (исключение чрезмерно рискованной деятельности).
2. Метод снижения (профилактика риска).
3. Метод передачи риска.
4. Метод принятия риска.

В более широком понимании, риск-менеджмент имеет гораздо более широкий инструментарий, но в основе своей инструменты управления рисками имеют именно эти четыре базовых [5].

Более широко инструментарий управления рисками можно систематизировать на:

1. Метод отказа:

- отказ от риска;

- лимитирование риска (установление определенного порога рискованности предприятия. Если возможные последствия пересекают этот порог, действие исключается из стратегии фирмы);

- хеджирование риска. Заключается в очень быстрой реализации сделок, позволяющей избежать последствий валютных колебаний. Сейчас является особенно актуальным методом.

2. Метод снижения:

- диверсификация рисков. Заключается в распределении вложений между различными объектами инвестирования. Используется для противодействия несистематическим рискам.

3. Метод передачи:

- страхование. Является одним из наиболее используемых инструментов риск-менеджмента. Страхование заключается в передаче ответственности за последствия риска третьей организации (страховой компании).

4. Метод принятия:

- создание резервов или запасов. Заключается в создании специальных целевых фондов, направленных на возмещение возможного ущерба. Не снижает риск, но позволяет относительно безболезненно пережить его последствия.

Конечно, нельзя сказать, что приведен инструментарий риск-менеджмента является полным и в принципе невозможно привести инструментарий, что будет включать возможность минимизации любого возможного риска. Но, взяв за основу приведенный инструментарий и определив, какие из представленных основных инструментов лучше всего подойдут для борьбы с рисками предприятия и для каких именно рисков будет

использоваться каждый конкретный метод, предприятие может построить индивидуальную стратегию управления своими рисками.

В сегодняшних динамичных условиях многие предприятия выходят на зарубежные рынки, и поэтому риск становится неотъемлемой частью их внешнеэкономической деятельности. Поэтому важной для предприятия является оценка рисков внешнеэкономической деятельности, а также умение ими управлять и их минимизировать.

Дальнейшие исследования будут направлены на разработку практических рекомендаций по созданию системы управления рисками на предприятии в сфере внешнеэкономической деятельности [6].

Список использованных источников:

1. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебник для бакалавров / Под ред. В.Б. Мантусова. – М.: Юнити, 2017. – 654 с.
2. Гуреева, М.А. Мировая экономика: Учебное пособие / М.А. Гуреева. – М.: Форум, 2018. – 496 с.
3. Звонова, Е.А. Мировая экономика и мировые финансы в ххi веке: актуальные тренды / Е.А. Звонова. – М.: Русайнс, 2017. – 64 с.
4. Кудров, В.М. Мировая экономика: соц.-эконом. Модели развит.: Учебное пособие / В.М. Кудров. – М.: Магистр, 2018. – 240 с.
5. Соколова, Е.С. Мировая экономика и мировые финансы: глобальные проблемы и перспективы: коллективная монография по материалам ii международной научно-практической кон / Е.С. Соколова. – М.: Русайнс, 2015. – 352 с.
6. Пономарева, Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебное пособие / Е.С. Пономарева, Л.А. Кривенцова. – М.: Юнити, 2017. – 64 с.

СЕКЦИЯ 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Зевакина С.Н., ст. преподаватель,
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА НА МИРОВОМ РЫНКЕ ХОЛОДНОГО ЧАЯ

Холодный чай – не совсем новый для компании продукт. До марта 2017 г. Coca-Cola выпускала совместно с швейцарской компанией Nestle напиток Nestea, относящийся к категории холодных чаев. Однако в 2016 г. концерны решили прекратить сотрудничество и закрыть успешно работавшее с 2001 г. совместное предприятие Beverage Partners Worldwide (BPW).

Рынок готовых к употреблению чаев претерпел изменения, и Nestle полагает, что настало время развивать Nestea независимо. При этом партнеры предоставляли Coca-Cola лицензию на производство и распространение Nestea в Канаде, Испании, Португалии, Андорре, Румынии, Венгрии и Болгарии.

В Coca-Cola решили не ограничиваться теми возможностями, которые дает ей лицензионное соглашение. На некоторых рынках у компании работал собственный продукт под брендом Fuzetea. В основе его находится рецептура напитков, которые ранее продавались как Nestea. Теперь он должен составить конкуренцию и на европейских рынках уже давно присутствующим там Nestea (производства Nestle), Lipton Iced Tea и Brisk, выпускаемым совместным предприятием Pepsi Lipton Tea Partnership (создано в 1991 г. Unilever и PepsiCo).

Холодный чай (Ice tea) – негазированный прохладительный напиток, в основе которого находится экстракт чая, являющийся тонизирующим средством и содержащим полезные для здоровья компоненты. При этом основа может комбинироваться с разными обогащающими ее вкус пищевыми добавками. Наиболее популярными во всем мире считаются следующие виды: со вкусом лимона (60-70 % рынка) и персика (20 %). Распространены в качестве дополнений к традиционному вкусу холодного чая добавки на основе вкуса малины, липы, мяты, манго, а также альпийских трав, Melissa и меда.

В России рынок холодного чая начинает активность с 2003 г. Данный сегмент демонстрирует рост значительными темпами, удваиваясь ежегодно. Потребители готовы употреблять и дома, и на работе. Поэтому производители, согласно данным Tetra Pak, выпускают холодный чай и в объеме 0,5 л (компактный формат), и в больших объемах (1,5-2 л). Предложение постоянно расширяется не только за счет упаковки, но и за счет внедрения новых продуктов. На рынке представлены в основном базовые разновидности ice tea – зеленый, с лимоном и с персиком, однако холодный чай, как универсальная основа, может предоставить производителям практически неограниченные возможности. По данным компании Nielsen, российский рынок холодного чая оценивается в 211,6 млн. евро. Развитие данного сегмента определяется

тенденциями в сфере полезных для здоровья напитков. Как следствие, имеют потенциал технологии и рецептуры, основанные на применении натуральных ингредиентов. Если же говорить об отношении сегмента ко всему рынку безалкогольных напитков, то его позиции на российском рынке достаточно скромные. Согласно данным Nielsen, доля холодного чая составляет 2 % рынка.

В 2019 г. по сравнению с 2018 г. (летним периодом, когда потребление освежающих напитков традиционно растет) продажи холодного чая снизились на 18 % (летом 2018 г. отмечен рост 4 %). На снижение объемов продаж повлияла нехарактерная для летних месяцев холодная погода в европейской части России, где плотность населения наиболее высокая. Несмотря на это в Coca-Cola видят перспективы данного сегмента в России. Рынок достаточно емкий, виден его большой потенциал. «Компания вывела Fuzetea на рынок в 2012 г. в 14 странах, и через неполных 3 года он вошел в число 20 крупнейших брендов нашей компании, генерирующих выручку в размере более 1 млрд. долл.», – отмечает генеральный менеджер подразделения Coca-Cola в России, Украине, Беларуси, Польше, Латвии, Литве, Эстонии и Молдове Лана Попович. В результате в январе 2019 г. заводы Coca-Cola HBC Россия в Московской обл., Ростове-на-Дону и Новосибирске начинают выпуск холодного чая Fuzetea.

Для компании это первый в 2014-2019 гг. запуск нового бренда в России в категории негазированных безалкогольных напитков и один из крупнейших продуктовых запусков в 2009-2019 гг. Новый напиток выпускается в алюминиевых банках объемом 0,33 л, а также ПЭТ-бутылках емкостью 0,5, 1 и 1,5 л. Продукция поступает в торговые точки России и Белоруссии. На первом этапе Fuzetea будет представлена на российском рынке вкусами «Черный чай Лимон», «Черный чай Персик», «Черный чай Лесные Ягоды», «Зеленый чай Цитрус» и «Зеленый чай Клубника и Малина». Запуск продаж в Российской Федерации совпадает с аналогичным процессом в Европе, где компания Coca-Cola также ведет бизнес. В компании на запуск нового продукта возлагаются значительные надежды. В частности, на презентации Fuzetea в Цюрихе президент подразделения группы Coca-Cola в Европе, Ближнем Востоке и Африке Брайан Смит отмечает инновационность нового продукта, который создан исходя из последних потребительских предпочтений. Например, при создании Fuzetea компания ориентируется на удобство и экологические свойства упаковки. Повышенное внимание уделено вкусовым качествам продукта, созданного на основе натуральных ингредиентов. Генеральный директор по негазированным напиткам и новым продуктам в Европе Любо Груич рассказывает о намерении компании побороться с традиционными игроками на мировом рынке холодного чая.

Основными конкурентами Coca-Cola в данном сегменте являются Honest Tea (США) и Gold Peak (Китай). Оборот Fuzetea на рынках, где проект уже запущен (например, только в США он составляет 1 млрд. долл.), подтверждает тенденции, согласно которым у компании достаточно высокие шансы составить значительную конкуренцию существующим участникам рынка. В Российской Федерации основным конкурентом бренда Fuzetea является Nестea, а также

один из сильнейших игроков сегмента холодного чая – Lipton Ice Tea, производящийся с 2003 г. компанией PepsiCo. По словам Брайана Смита, у Coca-Cola высокие шансы сравняться с конкурентами по объемам выпуска продукции. Для этого, как отмечает Любо Груич, планируется осуществлять агрессивную маркетинговую кампанию, для которой будут использоваться в основном реклама на телевидении, билборды, а также специальные холодильники с продукцией Fuzetea в точках продаж безалкогольных напитков. По словам первого вице-президента «Опоры России» Павла Сигала, «запуск новой линейки чая станет серьезным заявлением компании на лидерство (в сегменте холодного чая), однако необходимо время, чтобы люди привыкли и начали узнавать этот напиток – как Nestea или Lipton».

Список использованных источников:

1. Шишов К. Взрыватель активирован. Рынок безалкогольных напитков ждёт передел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2019/01/24/fuzetea/>
2. Обзор рынка здоровых напитков в Восточной Европе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.foodmarket.spb.ru/downloads/4_19_small.pdf

Иваненко И.А., к.э.н., доц.

Гасс К.А.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», г. Симферополь

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Сегодня актуальным вопросом является изучение передового зарубежного опыта ведения бизнеса и преодоление существующих проблем путем выполнения международных обязательств. Стандарты ведения бизнеса — это правила, разработанные и добровольно принятые представителями определенной отрасли или сектора экономики с целью формирования здоровой бизнес-культуры и повышения уровня доверия потребителей. Стандарты ведения бизнеса могут существовать в виде общих кодексы деловой этики или кодексов профессионального поведения в определенных сферах деятельности.

Многие международные организации разрабатывают стандарты ответственного ведения бизнеса. В разное время Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Организация Объединенных Наций (ООН), Международная организация труда (МОТ), Международная организация по стандартизации (ИСО), а также другие организации устанавливали принципы и стандарты, которые компании должны были соблюдать при осуществлении своей деятельности. Стандарты, разработанные ОЭСР, включая руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий и руководящие принципы для отдельных отраслей, наиболее широко применяются в международной практике.

Изначально стандарты ответственного ведения бизнеса (ОВБ) предлагались ОЭСР как набор добровольных правил, которых могут придерживаться предприятия в своей деятельности. Однако с момента разработки отраслевых руководств ОЭСР отдельные страны уже сделали некоторые стандарты ОВБ обязательными, закрепив их в национальном законодательстве. Сегодня нормы, обязывающие компании следовать стандартам ответственного ведения бизнеса ОЭСР, можно найти в законодательстве США, Канады, Нидерландов, Великобритании, ЕС и ряда других стран [1].

ОЭСР рассматривает ОВБ как инструмент для повышения эффективности работы компаний, увеличения их оценочной стоимости, снижения рисков возникновения судебных споров, а также для улучшения инвестиционного климата в стране в целом. Стандарты ОВБ представляют собой совокупность разработок, международных организаций, многосторонних промышленных инициатив, направленных на соблюдение в стране законодательства в области прав человека, охраны окружающей среды и налогообложения, обеспечение надлежащих условий для работников, поддержание условий честной конкуренции, борьбы с коррупцией и технологий и прозрачность бизнеса.

В целях внедрения таких стандартов ОЭСР рекомендует внедрить систему управления рисками для деятельности компании в вышеуказанных областях. С 1976 года организация выпустила руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий - всеобъемлющий документ, содержащий основные стандарты ответственного ведения бизнеса и рекомендации по их внедрению. Поскольку руководящие принципы являются довольно обширным документом, в 2018 году ОЭСР выпустила рекомендации по всестороннему обзору ответственного ведения бизнеса, дающие предпринимателям рекомендации по внедрению ОВБ [2].

ОЭСР считает, что ОВБ стандартизирует компании как средство улучшения инвестиционного климата страны, суть которого заключается в том, что они представляют собой совокупность разработок, международных организаций, многосторонних отраслевых бизнес-инициатив, направленных на соблюдение в стране норм в области прав человека, охраны окружающей среды, налогов, обеспечение надлежащих условий для работников, поддержание условий честной конкуренции, борьбу с коррупцией, которая и прозрачность в бизнесе. В целях внедрения таких стандартов ОЭСР рекомендует внедрить систему управления рисками в вышеуказанных областях от хозяйственной деятельности компании.

ОЭСР начала ограничивать доступ к государственным закупкам и предоставлять экспортные кредиты с государственной помощью компаниям, которые не выполнили требования ОВБ. ОЭСР предлагает включить положения о соблюдении стандартов ОВБ в региональные торговые и инвестиционные соглашения. В 2018 году Лондонская биржа цветных металлов приняла правила, согласно которым компании не могут торговать без внедрения стандартов ОВБ. Российские компании, которые не соответствуют

стандартам ОВБ, могут подлежать предварительному урегулированию споров любой из 47 стран, подписавших декларацию, через свои зарубежные представительства [1].

Многие страны требуют от компаний соблюдения требований внутренней безопасности в качестве обязательного требования для доступа к государственным закупкам; экспортной помощи; управления государственными предприятиями и т.д. что затрудняет стандарты сотрудничества с российскими компаниями. Во Франции, например, закон требует, чтобы компании соблюдали стандарты ОВБ.

Некоторые страны разрабатывают план действий по внедрению стандартов внутренней безопасности компаний. В 2016 году Соединенные Штаты приняли первый национальный план по внедрению стандартов ответственного ведения бизнеса. План предусматривает развитие международного сотрудничества внесение изменений в национальное законодательство. Например, план вводит запрет на импорт товаров для принудительного труда.

Внедрение стандартов ОВБ становится необходимым элементом благоприятной международной инвестиционной среды. Кроме того, необходимо внедрить внутренние стандарты безопасности, чтобы компании могли интегрироваться в глобальные цепочки создания стоимости.

Система с участием правительства наиболее полно реализована в Декларации ОЭСР по международным инвестициям и многонациональным предприятиям с секторальными руководствами для добывающей промышленности, с/х, текстиля и обуви. Почти аналогичная бизнес-инициатива реализуется в Организации Объединенных Наций в соответствии с глобальным соглашением (без участия правительства). Реализуется более 10 отраслевых бизнес-инициатив, таких как химия, уголь и т.д. [3].

Выводы. В последние десятилетия концепция социальной ответственности бизнеса эволюционировала и активно развивается. Для формирования здоровой бизнес-культуры и повышения уровня доверия потребителей необходимо придерживаться стандартам ответственного ведения бизнеса. Преимущества осуществления социально ответственной деятельности обуславливают необходимость внедрения соответствующей интегрированной информационно-аналитической системы для управления бизнесом посредством организации социального учета и разработки внутренних процессов нефинансовой отчетности.

Список использованных источников:

1. Ответственное ведение бизнеса [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/vneshneekonomicheskaya_deyatelnost/mnogostoronnee_ekonomicheskoe_sotrudnichestvo/oesr/otvetstvennoe_vedenie_biznesa/ (Дата обращения: 18.10.2021);
2. Международные стандарты ответственного ведения бизнеса ОЭСР (Минэкономразвития РФ) [Электронный ресурс]. URL: <http://inveb.ru/ru/articles->

menu/biblioteka-ustojchivogo-razvitiya/314-mezhdunarodnye-standarty-otvetstvennogo-vedeniya-biznesa-oesr-minekonomrazvitiya-rf (Дата обращения: 18.10.2021);

3. Официальный сайт ОЭСР [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd.org/about/> (Дата обращения: 18.10.2021);

4. Международные стандарты управления бизнесом [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-standarty-upravleniya-biznesom> (Дата обращения: 18.10.2021);

5. Проблемы и перспективы развития инновационно-креативной экономики [Электронный ресурс]: сборник научных трудов. – 2011. – 496 с. – Режим доступа: <https://reader.lanbook.com/book/3997/> (ЭБС издательства «Лань»).

Колос И.В., ст. преподаватель
Литвиненко В.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Автомобильная промышленность является одной из базовых отраслей как национальной, так и мировой экономики. В данной отрасли задействовано более 9 млн человек по всему миру, что составляет более 5% всего занятого населения [1].

Автомобильная индустрия и автомобильный рынок тесно взаимосвязаны. Однако, созданием автомобилей и их реализацией на рынке не всегда занимаются одни и те же компании. Посредниками между автопроизводителями и конечными покупателями выступают автомобильные дилеры, предлагающие покупателям автомобили различных марок. Помимо продажи автомобилей, дилеры предлагают услуги по ремонту автомобилей, проведению технического обслуживания и т.д. Причем автомобильные дилеры стали настолько многочисленной структурой, существующей в рамках автомобильного рынка, что появляются даже неофициальные автодилеры. Они преимущественно занимаются сбытом «автомобилей с пробегом». Рассматривать автомобильных дилеров на мировом рынке и конкуренцию между ними нецелесообразно, так как эти участники автомобильного рынка конкурируют преимущественно в рамках отдельных стран.

Далее рассмотрим динамику российского рынка легковых автомобилей в 2020 году (см. табл. 1) [2].

Таблица 1 - ТОП-10 продаж легковых и легковых коммерческих автомобилей в России в 2020 году (в сравнении с 2019-м)

Марка	2020 год, шт.	2019 год, шт.	Динамика
Lada	343512	362356	-5%
Kia	201727	225901	-11%
Hyundai	163441	179124	-9%

Марка	2020 год, шт.	2019 год, шт.	Динамика
Renault	128408	144989	-11%
Volkswagen	105785	111989	-5%
Skoda	94632	88609	+7%
Toyota	91598	103597	-12%
Nissan	56352	56352	-13%
ГАЗ	51169	63910	-20%
BMW	42721	41520	+3%

В 2020 году преимущественно наблюдается падение объемов продаж автомобилей минимум на 5% в сравнении с 2019 годом. Положительная тенденция наблюдается только у таких марок, как Skoda и BMW.

Лидером на автомобильном рынке России в 2020 году являются автомобили марки Lada. Благодаря доверию покупателей к бренду, транспортные средства марки Lada были реализованы в количестве 343 512 единиц. Всего на рынке России в 2020 году было реализовано 1 598 825 автомобилей.

Далее рассмотрим топ– 10 самых продаваемых моделей автомобилей на российском рынке (см. табл. 2) [2].

Таблица 2 - ТОП-10 самых популярных автомобилей в России в 2020 году (в сравнении с 2019-м)

Марка	2020 год, шт.	2019 год, шт.	Динамика
Lada Granta	126112	135831	-7%
Lada Vesta	107281	107281	-4%
Kia Rio	88064	92475	-5%
Hyundai Creta	73537	71487	+3%
Volkswagen Polo	58455	56102	+4%
Hyundai Solaris	49280	58682	-16%
Лада Ларгус	37166	43123	-14%
Skoda Rapid	35240	35121	0%
Volkswagen Tiguan	32982	37242	-11%
Renault Logan	32628	35391	-8%

Самыми продаваемыми моделями в 2020 году в России стали автомобили Lada Granta. В 2020 году было реализовано 126 112 автомобилей. На втором месте идут автомобили Lada Vesta с показателем в 107 281 автомобиль. Также в ТОП вошли такие автомобили как Kia Rio (88 064 автомобиля), Hyundai Creta (73 537 автомобилей), Volkswagen Polo (58 455 автомобилей).

Итого, в России реализовано 1 598 825 машин, что на 9,1% меньше, чем в 2019-м, однако этот результат оказался лучше прогнозов. Ссылаясь на данные Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕБ) следует отметить, что российский рынок неплохо справился с ударом в виде пандемии. По динамике продаж в 2020-м Россия показала один из лучших результатов среди крупных

рынков мира, а по итогам года вышла на четвертое место в Европе, сообщает ассоциация. На 2021 год АЕБ прогнозирует рост в 2,1%.

Список использованных источников:

1. Авдокушин, Е. А. Рынок легковых автомобилей [Текст] / Е. А. Авдокушин. – Москва: Книжный мир, 2020. – 457 с.
2. Авторынок-2020 [Электронный ресурс]. – Эл. Данные: Авторынок-2020. -. – Режим доступа: <https://www.drive.ru/sales/600051bef2bca5038b37c796.html>

Миньковская М.В., к.э.н., доцент
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Исследованиями международных финансовых услуг занимались как отечественные ученые Р.К. Гильфердинг, И.И. Доронин, Ю.В. Колотов, М.С. Котляров, А.Н. Куликов, П.Д. Лансков, Д.Н. Родин, В.И. Самолетов, Д.Т. Смыслова, А.А. Сулимов, так и зарубежные экономисты, специалисты, теоретики, занимающиеся мировыми экономическими проблемами – Д. Акерлоф, Х. Жанг, Л. Зингалес, Ч. Киндльбергер, К. Кобаяши, Х. Лилэнд, Д. Пайл, Р. Раджан, Дж. Синки, Т. Синклэр, Ю. Фама и др.

Теоретические подходы к формированию рынка финансовых услуг содержатся в работах Д. Блэкуэлла, Д. Кидуэлла, К. Маркса, Р. Петерсона, П.С. Роуза, Дж. Синки мл. и др. Отдельные аспекты влияния на финансовые услуги тенденций развития мировой экономики, либерализации режима доступа на внутренний рынок отражены в работах зарубежных ученых К. Клаэссенса, М. Коно, А. Матту, П. Сауве, В. Танци, Л. Шукнехта; проблемы интеграции национальных рынков финансовых услуг – в работах российских ученых И. Балабанова, М. Беляковой, С. Красавиной, О. Лаврушина, М. Матовниковой, В. Мехряхова, А. Мовсисяна, А. Молчанова, В. Мурычева, Т. Никитиной, В. Попковой, О. Семенюты, А. Сырцовой.

Основным мнением экспертов является то, что сущность рынка финансовых услуг заключается в том, что он отражает конкретные формы организации движения финансовых ресурсов посредством финансово – кредитного механизма (в части его институтов) между субъектами хозяйствования и не имеет вещественной формы, поскольку его субстанцией на рынке финансовых услуг являются право – имущественные отношения. Мировой рынок и уровень финансовых услуг еще более сложен и требует детального изучения.

Мировой финансовый рынок (МФР) функционируют, базируясь на финансовых инструментах и финансовых услугах.

Финансовый инструмент – определенный тип финансового обязательства и вид контракта в активе и пассиве контрагентов, включает в себя денежные средства, ценные бумаги, фьючерсы, опционы и т. д.

Финансовая услуга – это деятельность по привлечению и использованию денежных средств юридических и физических лиц [10]. Финансовые услуги могут предоставляться банками, эмитентами кредитных карточек и дорожных чеков, администраторами фондовых рынков, факторинговыми компаниями, агентствами кредитного рейтинга и финансовыми консультантами [4]. К финансовым услугам относят услуги, предоставляемые в связи с совершением операций с финансовыми инструментами, а также другие услуги, связанные с финансовой деятельностью, такие как консультирование, хранение ценных бумаг и управление активами. В международном торговом обмене услугами за период 2014-2019 гг. отмечается положительная динамика (табл. 1)

Таблица 1 – Показатели объемов международного торгового обмена услугами, млрд. долл. США

Показатель/Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Динамика,% 2019 к 2014
Экспорт услуг	5244,6	5002,2	5088,4	5523,9	6026,7	6144,0	17,1
в т.ч. финансовых	474,4	458,8	455,2	486,7	519,4	521,1	9,8
Импорт услуг	5141,1	4889,7	4911,6	5303,6	5707,5	5826,3	13,3
в т.ч. финансовых	239,6	231,6	232,3	250,8	266,8	268,0	11,9

Из табл. 1 следует, не смотря на положительные тенденции, динамика сектора финансовых услуг демонстрирует отставание от общей динамики международной торговли услугами: экспорт – на 7,3%, импорт – на 1,4%.

Рассматривая финансовые услуги как специфическую систему экономических отношений, наиболее важной и существенной для теории и практики, необходимо отметить, что мировой рынок финансовых услуг (МРФУ) базируется на процессах, включающих модификации и развитие банковских, инвестиционных, страховых категорий, учитывая специфику содержательной стороны финансовых услуг как экономического явления, и функциональной стороны.

Поэтому, МРФУ в самом общем подходе – это регулятивный экономический механизм, соединяющий интересы носителей спроса (потребителей финансовых услуг) и предложения (финансовых и нефинансовых организаций) на финансовые услуги.

Индикаторами регуляции могут быть такие показатели:

глубина – соотношение долга частного сектора и ВВП, сумма капитализации рынка ценных бумаг и непогашенных долгов частного сектора к ВВП; доступность – число депозитов в коммерческих банках (на 1000 резидентов/фирм), доля 10 крупнейших эмитентов в общей капитализации;

экономическая эффективность – чистая процентная маржа (разница/сред % ставок привлечения и размещения), коэффициент оборачиваемости фондового рынка (общий оборот/капитализация); стабильность – Z-оценка коммерческих банков (склонность к дефолту), волатильность индекса цен на акции и гособлигации, коэффициент отклонения индекса CPI (ИПЦ) от таргета инфляции ДКП.

Анализ места и роли МРФУ в структуре МФР позволяет сформировать следующие выводы:

рассмотрение сущности МРФУ нуждается в учете информационного и институционального аспектов. Такой подход является следствием осознания функционального назначения рынка финансовых услуг, заключающийся в преодолении асимметрии информации между экономическими агентами и формировании новых инновационных возможностей;

МРФУ отражает конкретные формы организации движения финансовых ресурсов посредством финансово – кредитного механизма, учитывая современные инструменты и цифровизацию финансовых процессов;

в развитых странах (Австралия, ФРГ, Франция) уровень проникновения рынка в части размещения свободных средств в депозиты составляет около 10%; характерна высокая доля крупнейших эмитентов в общей капитализации национальных компаний (более 50%);

чрезмерно высокая эффективность рынка ценных бумаг может резко отрицательно коррелировать с устойчивостью кредитного рынка и положительно – с волатильностью цен на финансовые продукты (пример Китая);

в развитых экономиках финансовые рынки более устойчивы по сравнению с финансовыми рынками развивающейся китайской экономики;

частичная интеграция надзорных органов не гарантирует эффективного контроля кредитной экспансии (пример Австралии);

инфляция в развитых странах и КНР до 2014 г. близко соответствовала таргету (с коэффициентом девиации не более 0,25 при эталоне равном 0);

наиболее эффективная модель РФР функционирует в Германии (DEA);

состояние МРФУ во многом связано с современной политикой крупнейших мировых финансовых регуляторов, однако кроме этого, важную роль в его развитии играют и сами представители отраслей.

На МРФУ следует рассмотреть рынок страховых услуги банковского сектора.

На основании рейтинга страховщиков, который учитывает только компании, принадлежащие банковским или финансовым группам, в которых группы владеют 50,1% или более капитала страховщика выделяется IndiaFirst Life, поскольку Bank of Baroda и Union Bank of India совместно владеют более 50,1% его акционерного капитала, в то время как UniCredit исключается, поскольку доли этой банковской группы в страховщиках ниже этого порога и, скорее всего, вместо этого будут консолидированы в счетах партнеров-страховщиков по совместному предприятию.

Среди вопросов и направлений развития продуктов банковской системы, которые планируется активно развивать в течение 2021 года, можно рассматривать увеличение объемов кредитования и банковского финлизинга, усовершенствованные и простые дистанционные сервисы для бизнеса, мобильный банкинг для физических лиц, открытие рынка купли-продажи земли, сотрудничество с финтех-компаниями и увеличение банковских кросс-

продаж. Согласно аналитическим обзорам 2020-2021 гг., выделены такие категории банков, осуществляющие современные финансовые услуги: Австрия – BAWAG Group, Швейцария – UBS, Великобритания – Barclays, Кипр – Hellenic Bank, Австрия – BAWAG Group, Греция – Евробанк, РФ – Банк России.

Список использованных источников:

1. Банки и финансы [Электронный ресурс] // Режим доступа: [HTTPS://MOSCOU.MAE.LU/RU/EKONOMIKA-I-DELOVOJ-MIR/BANKI-I-FINANSY](https://moscou.mae.lu/ru/ekonomika-i-delovoj-mir/banki-i-finansy)

Мячин В.В., ассистент
Бухтиярова П.Е.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АНАЛИЗ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ШВЕЙЦАРИИ

Банковская система Швейцарии является старейшей в мире. В 2019 г. на каждые 1500 жителей приходился 1 банк. Вся система включает в себя более 500 финансовых учреждений, из которых 140 – это дочерние филиалы крупных иностранных банков. Швейцарские банки занимают 40% мирового управления собственностью и имуществом частных и юридических лиц. Система традиционно разделяется на 3 группы: большие национальные банки; сберегательные, местные и кантональные (региональные) банки; частные банки.

Сберегательные и местные банки являются более мелкими учреждениями и занимаются депозитами и кредитованием. Они отличаются тем, что добровольно ограничивают сферу своего обслуживания одним регионом. К их преимуществам можно отнести отличное знание местных законов, условий и хозяйственной деятельности, а также близость к вкладчикам.

Кантональные банки – это учреждения, открытые по решению кантонов, не менее 1/3 капитала которых содержится именно здесь. Контролировать такое учреждение обязательно должен один из 26 кантонов страны. Всего подобных банков 24, местные власти могут полностью или частично нести ответственность по их обязательствам.

Частные банки – это старейшие участники банковской системы Швейцарии. Частные банкиры работают по принципу партнерства и несут полную ответственность перед вкладчиками.

Главным государственным банком является Национальный банк Швейцарии – акционерное общество со специальным статусом. Акционерами являются кантоны и Швейцарская Конфедерация. Банк имеет две штаб-квартиры: в Цюрихе и Берне. Также есть свои представительства в городах Базель, Женева, Люцерн, Лугано и Санкт-Галлен. Наблюдается четкая тенденция роста валютного резерва этого банка. Он уже насчитывает 700 млрд.

долл. Политика банка направлена на снижение финансовых рисков за счет инвестиции в различные активы. 70 % инвестиций составляют государственные займы, 20 % – акции и 10 % – другие инструменты. Валютный портфель разделен приблизительно следующим образом: 40 % – евро, 30 % – американский доллар, менее 10 % – японская иена, 6 % – британский фунт, 1-2 % – канадский доллар, порядка 6 % – другие денежные единицы.

В десятку самых крупных банков страны входят Credit Suisse Group, Union Bank of Switzerland и группа банков Raiffeisen. Также к числу крупных учреждений относятся:

1) EFG Bank European Financial Group SA. Это банк, который базируется в Женеве и владеет 49 % акций EFG International – глобальной частной банковской группы, специализирующейся на частном банковском обслуживании и управлении активами. Имеет свыше 30 подразделений в разных странах мира. Штаб-квартира расположена в Цюрихе;

2) HSBC Private Bank (Suisse). Является частью HSBC Group – одной из самых больших финансовых групп по оказанию банковских услуг в мире и одним из крупнейших банков Швейцарии, который специализируется на предоставлении инвестиционных услуг частным клиентам. Подразделения банка есть в 27 странах мира;

3) Zurcher Kantonalbank, Zurich. Кантональный банк Цюриха основан в 1870 г., является четвертым по величине банком в Швейцарии с совокупными активами более 150 млрд. швейцарских франков;

4) Julius Baer & Co.Ltd. Банк расположен в Цюрихе и входит в число крупнейших private banking индустрий страны. Подразделения есть в более 20 странах по всему миру. Активы составляют 282 млрд. долл.;

5) Bank Sarasin Zurich. Банк основан в Базеле в 1841 г. Личные активы составляют более 17 млрд. долл.;

6) Vontobel Bank. Начал свою деятельность в Цюрихе в 1924 г.; имеет филиалы в различных странах мира, персонал насчитывает более 1 500 чел.;

7) Clariden Leu Bank Zurich. Банк основан в 1755 г. Основное направление деятельности – консультирование клиентов по финансовым вопросам и управление крупными частными капиталами. Минимальный депозит в банке составляет 500 тыс. долл. [1].

Крупнейшие банки Швейцарии – Credit Suisse Group и Union Bank of Switzerland. Первый был организован в 1856 г. для финансирования индустриализации страны и строительства железных дорог. Банк ведет инвестиционно-банковскую деятельность приблизительно в 50 странах, а его чистая прибыль превышает 500 млн. долл. в год.

Union Bank of Switzerland (UBS) – самый крупный конгломерат страны, предоставляющий услуги по всему миру. Занимает 2 место в Европе по доходности и капитализации. Персонал организации насчитывает более 60 тыс. чел. в 50 странах мира. Это самый крупный и престижный банк в Женеве с чистой прибылью более 700 млн. долл.

Также стоит выделить группу банков Raiffeisen, которые являются содружеством независимых банков. Все они организованы на кооперативных началах и имеют привязку к определенной местности. Это 3 по величине банковская группа Швейцарии, в которую входит более 400 банков. В 2012 г. группа Raiffeisen купила самый старый банк страны – Wegelin & Co.

Таким образом, можно сделать вывод, что Швейцария является привлекательной страной в плане банковской системы, но и открытия бизнеса. Этому способствует стабильная экономика, прозрачное налогообложение и отсутствие коррупции.

Список использованных источников:

1. Всё о банковской системе Швейцарии в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://emigranto.ru/evropa/shvejcariya/banki-shveicarii.html>
2. 20 Самых крупных банков в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.fxssi.com/top-20-krupnejshix-bankov-mira>

Мячин В.В., ассистент
Шуева А.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК

Пандемия оказала значительное воздействие на сектор обслуживания воздушного транспорта. Международная организация гражданской авиации (ИКАО) подсчитала, что в течение 2020 г. мировой пассажиропоток сократился на две трети в результате чего доходы авиакомпаний сократились более, чем на 100 млрд. долл. При этом емкость рынка в 2019 г. составляла около 237 млрд. долл. (таблица 1). Помимо этого ИКАО отмечает, что наиболее существенное сокращение количества авиапассажиров произошло в Европе, особенно во время ее пикового летнего сезона путешествий, в то время как наиболее значительное снижение внутренних пассажирских перевозок было отмечено в Азиатско-Тихоокеанском регионе [1].

Стоит отметить, что в связи с неравномерным сокращением емкости мирового рынка пассажирских авиационных услуг в значительной мере изменилась его географическая структура. Так доля азиатского региона возросла практически на 7%, не смотря на сокращение своей емкости на 44,5%. Это произошло, прежде всего, за счет значительного снижения емкости рынков Северной Америки и Южной Америки и Карибского бассейна на 69,8% и 65,8% соответственно (рисунок 1).

Таблица 1 – Емкость мирового рынка пассажирских авиационных услуг в разрезе регионов мира в 2019-2020 гг.

Регион	2020 г., млрд. долл.	2021 г. млрд. долл.	Абсолютное изменение емкости рынка, млрд. долл.	Относительное изменение емкости рынка, %
Европа	93,9	43,1	-50,8	45,9
Азия	79,6	44,2	-35,4	55,5
Северная Америка	43,7	13,2	-30,5	30,2
Африка	9,0	4,3	-4,7	47,8
Южная Америка и Карибский бассейн	7,3	2,5	-4,8	34,2
Австралия и Океания	4,0	2,1	-1,9	52,5
Всего мир	237,5	109,4	-128,1	46,1

Составлено автором на основе [1]

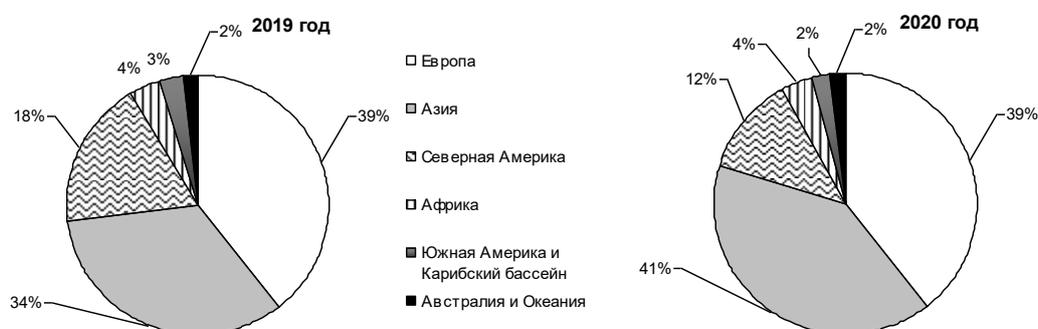


Рисунок 1 – Географическая структура емкости мирового рынка пассажирских авиационных услуг в 2019-2020 гг.

Составлено автором на основе [1]

Поскольку около 35% мировой торговли (по стоимости) осуществляется за счет авиаперевозок, сокращение пассажирских рейсов существенно повлияло на объем грузовых авиаперевозок. Так, по данным Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) международные грузовые авиаперевозки сократились на 43,7% в первом квартале 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019 г.

Данное сокращение было частично компенсировано увеличением пропускной способности на 6,2% за счет расширения использования простаивающих пассажирских самолетов для грузовых операций, однако в условиях отсутствия интенсивного пассажирского авиасообщения имеющихся авиарейсов и используемого авиапарка недостаточно для удовлетворения спроса на грузовые авиаперевозки, даже в условиях частичного сокращения последнего. В результате тарифы на авиаперевозки значительно выросли – около 20-30% в среднем по миру и более 50% на некоторых маршрутах в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Время доставки также увеличилось –

практически в два раза, так как грузоотправители вынуждены ждать своей очереди [2].

Стоит отметить смягчение ряда нормативных требований со стороны государственных регуляторов различных стран мира в области авиаперевозок с целью предоставления авиакомпаниям и летным экипажам гибкости во время кризиса. Так, правительства многих стран объявили о мерах поддержки в пользу сектора авиатранспорта, таких как сокращение аэропортовых, аэронавигационных и других сборов, а также более широкие меры финансовой поддержки, включая гарантии по кредитам, долгосрочные ссуды и приобретение пакетов акций авиакомпаний.

Также были предприняты усилия по поддержке сектора авиационных услуг на международном уровне. 6 марта 2020 г. ИКАО и ВОЗ опубликовали совместное заявление, содержащее обновленные рекомендации относительно COVID-19 и гражданской авиации. Они отметили важность соблюдения государствами введенных ограничительных мер, касающихся предотвращения распространения инфекционных заболеваний, и подтвердили свою приверженность укреплению международного сотрудничества в целях сдерживания вируса и защиты здоровья путешественников.

Таким образом, можно сделать вывод, что ограничительные меры, введенные в связи с пандемией, вызванной COVID-19, в значительной мере повлияли на нормальное функционирование мирового рынка авиаперевозок.

Список использованных источников:

1. Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO%20COVID%2020%2005%2025%20Economic%20Impact.pdf>
2. Airlines Use Empty Passenger Jets to Ease the Cargo Crunch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wired.com/story/airlines-use-empty-passenger-jets-ease-cargo-crunch/>

Мячин В.В., ассистент,
Паришкура А.Д.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА ЧАЯ

Мировой рынок чая является важным элементом в структуре мировых продовольственных рынков. Экспорт чая обусловлен объемами производства и переработки этого продукта, и представляет собой, как экспорт чайных листьев, так и экспорт готовых упакованных видов чая [1].

Чай – товар, имеющий высокий спрос. По этой причине его производство – очень выгодное вложение капитала. Однако природные условия нашей планеты не позволяют выращивать этот продукт повсеместно. Для этой цели

подходят лишь субтропическая и тропическая климатические зоны. Лидерами по производству считают Китай, Индию, Шри-Ланку, Японию, Индонезию. Небольшое количество чайных плантаций есть в Грузии, южных районах Российской Федерации, Иране, Танзании и других теплых регионах Земли.

Мировой рынок чая характеризуется высоким уровнем концентрации в силу особенностей выращивания этой культуры. Рассматривая производство чая в мире, можно отметить, что 40,3% мирового производства приходится на Китай, 21,7% – на Индию. Таким образом, две страны производят две трети мирового объема производства чая. Но необходимо отметить, что если в Китае внутреннее потребление чая составляет от 75% до 90% от собственного производства, то в Индии популярность чая не так велика и значительная доля его идет на экспорт [2].

Такая же ситуация характерна и для Индонезии, где потребление чая тоже относительно невелико, но по объемам производства Индонезия занимает седьмое место с удельным весом 2,28%. То есть не всегда страны с большими объемами производства чая одновременно являются и его крупными экспортерами. Низкий уровень потребления чая характерен и для чаепроизводящих стран африканского континента – так в Кении производится до 8% мирового производства чая, а внутреннее потребление – минимально. Частично ситуация объясняется дороговизной чая для большей части населения Индии, Индонезии, африканских стран, а также отсутствием чайных традиций в этих регионах. Мировой экспорт чая достиг 1,77 миллиона тонн в 2017 году, что на 5 % больше по сравнению с 2016 годом. Объемы экспорта черного чая выросли на 5,8 % в 2017 году, а экспортные доходы увеличились на 10% до 5,7 млрд. долл. [1].

Мировой экспорт чая в натуральном выражении сократился с 2022,8 тыс. тонн до 1701,1 тыс. тонн, или на 15,90%. Такое сокращение обусловлено снижением экспорта из стран Азии – на 11,86%, Африки – на 30,22%, а именно эти регионы являются основными производителями чайного сырья. Также существенно – в 2,5 раза снизился экспорт из стран Центральной Америки и на 10,84% из стран Южной Америки. Наблюдается рост экспорта из стран Северной Америки – на 53,03% и стран Европы – на 6,66%. Но в абсолютном выражении эти цифры по отношению к мировым показателям незначительны. Наибольшая доля в мировом экспорте чая в натуральном выражении приходится на страны Азии – 61,78%, причем наблюдается рост этого показателя. Такая тенденция обусловлена незначительным удельным весом остальных регионов в мировом экспорте чая.

Второе место среди регионов-экспортеров приходится на Африку – ее доля составляет от 24 до 32%, но за рассматриваемый период происходит ее уменьшение – на 5,05 п.п. Третье место занимает Европа, но этот экспорт в основном приходится на крупные предприятия, занимающиеся переработкой и упаковкой чая. Стоимостное выражение экспорта зависит не только от объемов, но и от цен реализуемой продукции. Для любого рынка вполне естественно, что конечные виды продукции стоят больше, чем сырье, поэтому в ряде случаев те

регионы, где чай не производится, а перерабатывается имеют большую долю в экспорте по сравнению с регионами, выращивающими чай.

Китай является лидером, как в производстве, так и в экспорте чая в мире. В 2016 году экспорт чая из Китая составил 328,7 тыс. тонн, что на 8,66% больше, чем в 2015 году. Особенностью экспорта чая из Китая является то, что чай не продается на аукционах, в отличие от других стран. При этом чайный рынок Китая контролируют правительственные организации – объединения ремесленников конкретного региона. Весь чай, предназначенный на экспорт, проходит тщательную проверку таких контор: чтобы купить чай в Китае крупным импортерам приходится договариваться именно с такими организациями [1].

Сейчас уровень потребления чая в мире растёт, но дефицита нет, утверждают эксперты рынка. На рынок чая в будущем может влиять растущий объём потребления в Китае и Индии. По прогнозам специалистов, в ближайшие десять лет объёмы экспорта чая из этих стран будут сокращаться. Поэтому чай индийского и китайского производства будет оставаться для собственного употребления — на внутреннем рынке, что может создать дефицит чайного листа на мировом.

Большинство компаний закупают значительные объёмы чая и всегда держат определённые запасы, стараясь приобретать чай не на еженедельной основе, а большими контрактами. Таким образом, можно попытаться сдержать цены. Чувствительнее всего чайные цены реагируют на курс валюты. В первую очередь сырьё реагирует на волатильность доллара, что и определяет себестоимость чая, в том числе и в России. Если рубль будет падать, а доллар расти, то российским производителям придётся скорректировать цены в сторону увеличения [3].

Примечательно, что при общей популярности напитка чай не является биржевым товаром при том, что инвесторы неоднократно предлагали ввести фьючерсы на чай. Так, компания INTL FCStone Inc. (Нью-Йорк) вела с представителями чайной отрасли Кении переговоры о необходимости запуска чайных фьючерсов.

Товарные биржи в Лондоне и Нью-Йорке торгуют фьючерсами на различные продовольственные товары, например на апельсиновый сок и кофе. Однако фьючерсов на чай не существует из-за специфики чайных сортов [3].

Введение фьючерсов на данный момент не очень перспективная идея потому, что чай невозможно хранить долго, как, например, кофейные зёрна. Разные сорта чая также представляют собой трудность в стандартизации чайных фьючерсов.

Список использованных источников:

1. Крупнейшие поставщики чая.// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://fb.ru/article/472162/firmyi-chaya-spisok-luchshih-proizvoditeley>
2. Экспорт чая в мире. Киберленинка // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/eksport-chaya-v-mire>

3. Головинов, О.Н. Международная экономика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Н. Головинов, Е. М. Кравцова, С. С. Кузьменко и др. ; М-во образова-ния и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. международ. экономики . — До-нецк : [ДонНУЭТ], 2017 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

Мячин В.В., ассистент
 Шуева А.И.
 ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ОЦЕНКА РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: ПРОИЗВОДСТВО, СТРУКТУРНАЯ И ЦЕНОВАЯ КОМПОНЕНТЫ

Важной составляющей продовольственного рынка многих национальных экономик мира является рынок молочных продуктов. Вследствие этого становится актуальным вопрос по развитию внутреннего производства в Донецкой Народной Республике (далее ДНР).

Одним из основных секторов экономики ДНР является пищевая промышленность, поскольку одной из важнейших задач Правительства нашего государства является обеспечение достойного уровня жизни людей, что, в свою очередь, неразрывно связано с полноценным удовлетворением продовольственных потребностей граждан. Пищевая промышленность Донецкой Народной Республики развивается стабильно и представлена практически всеми подотраслями, кроме переработки картофеля, производства сахара и солода. Актуальная структура пищевой промышленности ДНР представлена на рис. 1.

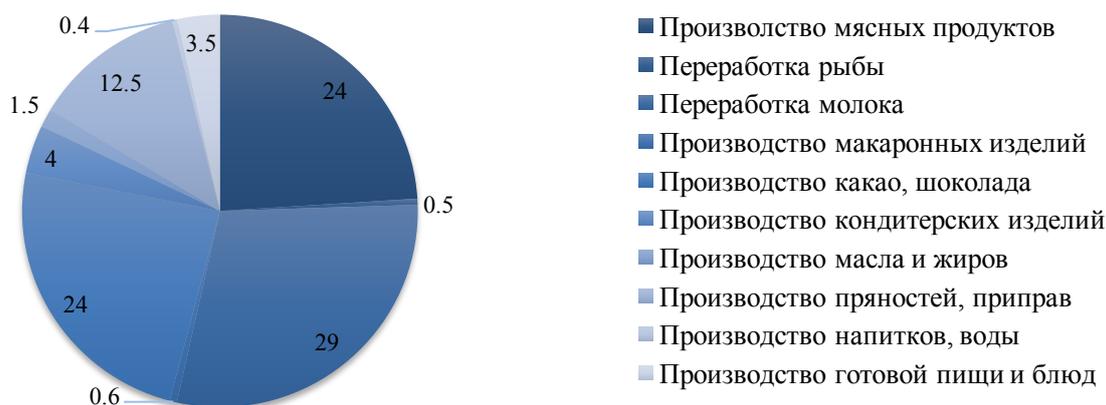


Рисунок 1 – Структура пищевой промышленности ДНР, % [1]

Заметим, что молочная промышленность занимает лидирующие позиции (29%). До 2014 г. молочная промышленность Донецкой области занимала 11-12 место по производству и переработке молока и молочных продуктов в Украине,

но под влиянием политических факторов с 2014 г. ситуация на рынке молочной продукции несколько изменилась [2, с. 245].

Динамика объемов производства молочной продукции на рынке ДНР за 2016-2019 гг. представлена в табл. 1. Показатели функционирования отрасли демонстрируют рост объемов производства на 5,5% в 2019 г. по сравнению с 2018 г., что является положительной динамикой в современных условиях хозяйствования. По состоянию на 01.01.2020 г. в ДНР было произведено порядка 44 тыс. т молока обработанного и молочных изделий.

Таблица 1 – Динамика объемов производства молочной продукции в ДНР, % [3, с. 10]

Показатель / год	Изменения 2016 г./2015 г.	Изменения 2017 г./2016 г.	Изменения 2018 г./2017 г.	Изменения 2019 г./2018 г.
Молочные продукты	+3,8	+27,9	+17,9	+5,5

Отметим, что производство молочной продукции расположено в четырех городах Республики: Донецке, Горловке, Макеевке и Енакиево (52,1%; 45,9%; 1,8%; 0,2% валового объема производства в 2019 г. соответственно). На рынке молока обработанного и молочных изделий Республики, доля товаров отечественного производства составляет порядка 70%. В настоящее время отечественные производители используют цельное и сухое молоко в соотношении 50 на 50. Если говорить о перерабатывающих предприятиях, то производственные мощности позволяют обеспечить внутренний рынок молочной продукцией в полной мере и даже с перспективой экспорта [4].

Цены на молочную продукцию в различных городах (в зависимости от товарной структуры рынка) представлены на рис. 2.

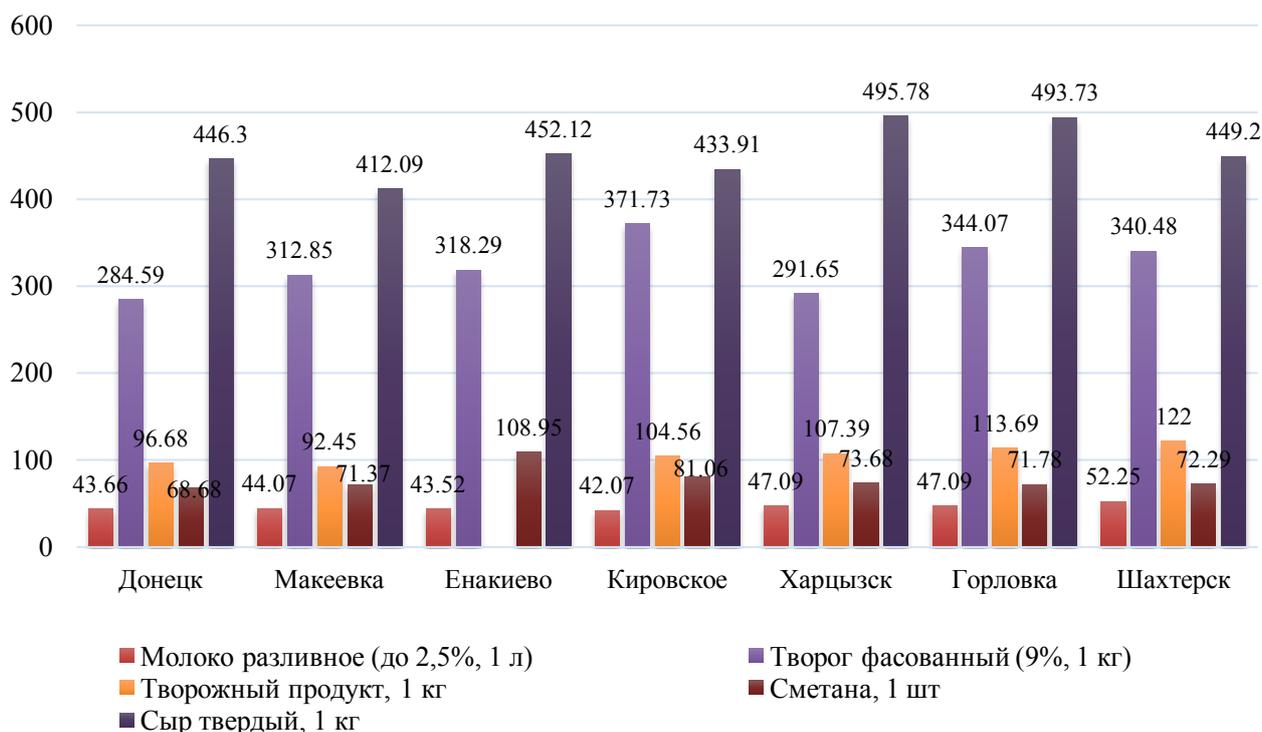


Рисунок 2 – Средние цены на основные виды молочной продукции в городах ДНР в 2020 г., руб.

Составлено автором на основе [5]

Анализируя данные рис. 2 можно сделать вывод, что в Горловке, Енакиево и Шахтерске довольно завышены цены. Самые оптимальные цены наблюдаем в Донецке, Макеевке. Изменение цен на молочную продукцию обусловлено несовершенством законодательного регулирования в части введения ввозных таможенных пошлин на краткосрочный период с последующими их резкими отменами. Так же влияние оказала инфляция и государственная политика, направленная на уменьшение проявления инфляции. Отметим, что цены на молочные продукты в ДНР ниже, чем в Российской Федерации, но на некоторые позиции выше, чем в Украине. Так, например, средняя цена на молоко пастеризованное в ДНР составляет 39,72 руб., что на 18,81 руб. ниже, чем в Российской Федерации. Средняя цена на кефир в ДНР больше цены в Украине на 7,66 руб. (20,78%).

Стоит отметить следующее: диагностика потребительских предпочтений в целом и по основным брендам (узнаваемость марок), в частности, молочного рынка Донецкой Народной Республики демонстрирует следующие тенденции:

1) высокая узнаваемость брендов: Геркулес (92,9 %), Добрыня (85,7 %), Глечик (71,4 %);

2) низкая узнаваемость брендов: Альпийская коровка, Вкуснотеево (по 21,4 %), Гудвин, Дачный, Луганскхолод (по 14,3 %), Мытищенское подворье, Престиж (по 7,1 %);

3) в последнюю покупку среднестатистическая семья приобрела виды молочной продукции: молоко, сыр, кефир, сыворотку, йогурт, творог, сметану, сливочное масло, тан;

4) в ближайшее время (сейчас) среднестатистической семье хотелось бы приобрести следующие виды молочной продукции: творог, йогурт, сыр, сыворотку, молоко, ряженку, айран, ацидофилин.

Список использованных источников:

1. Мониторинг цен на продовольственные товары по городам ДНР [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития ДНР. URL: http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2627&Itemid=313
2. Экономика Донбасса: проблемы настоящего и возможности будущего [Текст]: сб. науч. ст. и тез. финалистов I Респ. конкурса науч. работ, 1 окт. 2016 г. – 15 апр. 2017 г., г. Донецк / Совет Министров Донец. Нар. Респ. Департамент анализа и стратег. развития, М-во экон. развития Донец. Нар. Респ., М-во образования и науки Донец. Нар. Респ., Обществ. орг. «Оплот Донбасса»; науч. ред. д-р экон. наук, проф. В. Н. Василенко; редкол.: А. Ю. Тимофеев [и др.]. – М.: АНО Изд. Дом «Науч. обозрение», 2017. – С. 251.
3. Половян А.В., Сеницына К.И. Пищевая промышленность Донецкой Народной Республики: состояние и перспективы развития / А.В. Половян, К.И. Сеницына // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты. Мат-лы VI Междун. научно-прак. конф. В 2-х ч. Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». Горловка, 2021. – с. 9-16.
4. В Республике отметили рост экспорта молочной продукции – Горловка news [Электронный ресурс]. – URL: <http://gorlovka-news.ru/novosti/novosti-dnr/17503-v-fevrale-eksport-molochnoj-produktsii-vyros-na-7-3>
5. Средний уровень цен на продукты питания по ДНР – Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – URL: <https://mpt-dnr.ru/pages/average-price.html>

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

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ В РОССИИ

Россия, как страна, обладающая значительными запасами биоресурсов, является одним из крупнейших экспортеров рыбы и морепродуктов, однако, в настоящее время отстает от ведущих стран-экспортеров готовой продукции. Тем не менее, за счет наличия богатой сырьевой базы, российский рыбохозяйственный комплекс характеризуется высоким экспортным потенциалом как в целом по рыбе и морепродуктам, так и в части поставок готовой продукции из них.

Российский рынок рыбы и морепродуктов за период 2017– 2020гг. показывал разнонаправленную динамику (см. рис. 1). По итогам 2020г. объем

потребления в России сократился на 3,7 % к уровню предыдущего года и составил около 481,8 тыс. тонн. За период январь-март 2021г. объем потребления продукции на российском рынке составил 128,5 тыс. тонн (-5,8 % по сравнению с аналогичным периодом 2020г.).

Динамика объемов российского рынка рыбы и морепродуктов сохраняет относительную стабильность. В 2020г. российскими предприятиями было добыто 411,4 тыс. тонн рыбы, что на 1,2 % ниже уровня предыдущего года. Сокращение производства наблюдалось и в первые три месяца текущего года (-6,5 % к аналогичному периоду предыдущего года).

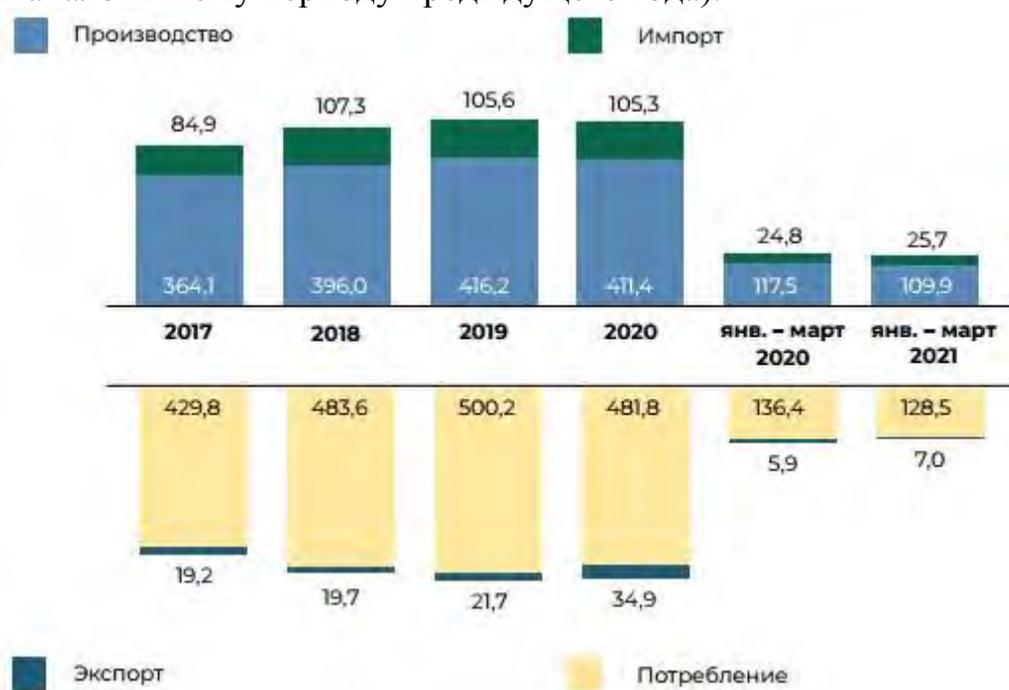


Рисунок 1 – Баланс рынка рыбы и морепродуктов в России в 2017-2020гг., тыс. тонн

*составлено по данным [1]

Согласно данным ФТС России, российский импорт рыбы и морепродуктов по итогам 2020г. в натуральном выражении составил 105,3 тыс. тонн (см. рис. 2), что практически было на уровне 2019г. (105,6 тыс. тонн в 2019 г.).

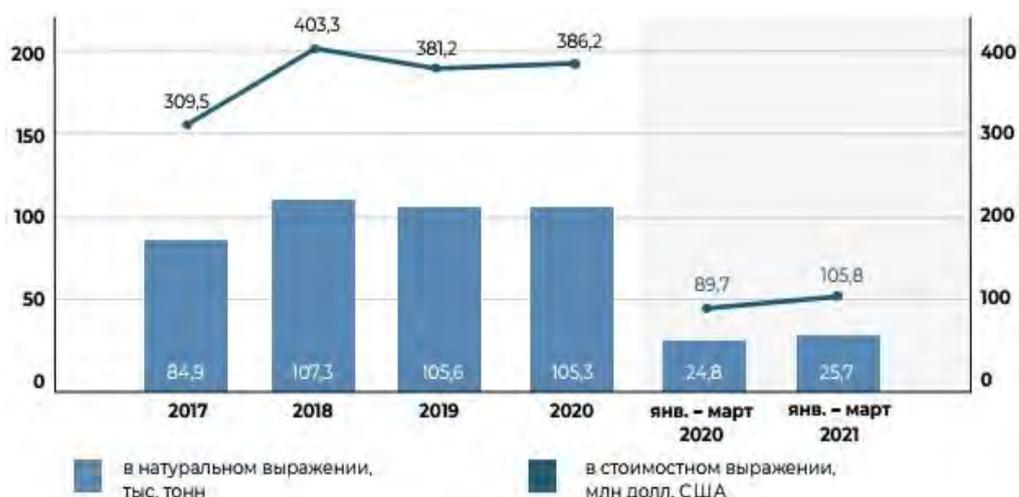


Рисунок 2 – Импорт рыбы и морепродуктов в Россию в 2017-2020гг.
*составлено по данным [2]

Проанализируем страны-импортеры рыбы и морепродуктов в Россию в 2020 году (см. табл. 1).

Таблица 1 – Основные страны-поставщики рыбы и морепродуктов в Россию в 2020г.

Страна	Тыс. тонн	Млн. долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Белоруссия	65,2	198,3	51,4
Китай	10,0	69,0	17,9
Чили	12,7	36,0	9,3
Казахстан	2,1	18,8	4,9
Прочие страны	15,3	64,1	16,6
Итого	105,3	386,2	100,0

*составлено по данным [2]

Исследуя данные табл. 1, отметим, что ключевыми странами-поставщиками рыбы и морепродуктов на российский рынок являются Белоруссия (51,4 % импорта в стоимостном выражении) и Китай (17,9 %). Далее следует Чили (9,3 %) и Казахстан (4,9 %).

По итогам 2020г. объем поставок российского товара на зарубежные рынки составил 34,9 тыс. тонн, что на 60,8% выше уровня предыдущего года (см. рис. 3). Экспортная выручка в 2020г. составила около 86,6 млн. долл. США (+15,9%).

За период январь – март 2021г., согласно данным ФТС России, было экспортировано 7,0 тыс. тонн товара на общую сумму 19,7 млн. долл. США (+18,6% и +20,1% к уровню аналогичного периода предыдущего года соответственно).

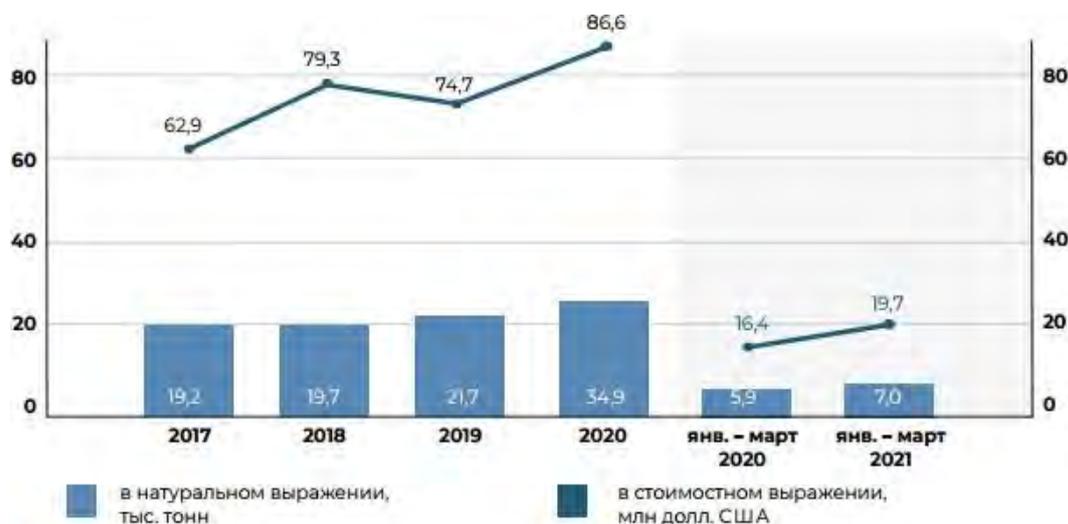


Рисунок 3 – Экспорт рыбы и морепродуктов из России в 2017-2020гг.
*составлено по данным [2]

Аналогично рассмотрим страны-экспортеры рыбы и морепродуктов из России в 2020 году (см. табл. 2).

Таблица 2 – Основные страны–покупатели рыбы и морепродуктов из России в 2020г.

Страна	Тыс. тонн	Млн. долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Белоруссия	9,9	21,2	24,4
Казахстан	9,0	18,3	21,2
Украина	6,5	17,4	20,1
Азербайджан	2,8	6,8	7,8
Китай	0,2	3,7	4,3
Прочие страны	6,5	19,2	22,2
Итого	34,9	86,6	100,0

*составлено по данным [2]

Анализируя данные табл. 2 стоит отметить, что ключевыми странами-потребителями рыбы и морепродуктов из России являются Белоруссия (24,4 % экспорта в стоимостном выражении), Казахстан (21,2 %) и Украина (20,1 %). За ними следует Азербайджан (7,8 %) и Китай (4,3 %).

Таким образом, для увеличения экспорта рыбы и морепродуктов необходимо развитие российского рыбохозяйственного комплекса, в части рыболовства, рыбоводства и рыбопереработки. В совокупности с текущими тенденциями импорта это обеспечит возможность нарастить российский экспорт рыбы и морепродуктов до 65 тыс. тонн стоимостью 200 млн. долл. США [3].

Список использованных источников

1. Росстат [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistic>
2. ФТС [Электронный ресурс] –Режим доступа: <https://customs.gov.ru/statistic>

3. ITC Trade Map [Электронный ресурс] –Режим доступа–
<https://www.trademap.org>

Семёнов А.А., к.э.н., доц.,
Шевченко Я.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК ОДЕЖДЫ

Мировой рынок одежды является одним из крупнейших, наиболее ресурсоемких производств. При ускоренных темпах глобализации, нынешняя модель рынка одежды потребляется все больше истощающихся запасов мировых ресурсов. На рынок одежды приходится 4% выбросов парниковых газов, 20% промышленного загрязнения воды во всем мире, а также социальная несправедливость в отношении работников производств, которые сталкиваются с такими проблемами, как опасная окружающая среда и низкая заработная плата.

Рынок одежды находится в трансформационном состоянии, когда владельцы ТНК и акционеры стремятся защитить долгосрочность своих инвестиций и определить возможности для бизнеса, увеличивая свою приверженность устойчивому развитию и достижению целей [2].

Исходя из вышеизложенного, целью данной работы является исследование предпринятых действий ТНК одежды в рамках направлений по достижению устойчивого развития как основы трансформационных изменений в их деятельности.

В 2017 г. на Copenhagen Fashion Summit 2017 было подписано Обязательство по системе круговой моды 2020 г. По состоянию на август 2020 г. обязательство было подписано 86 компаниями, что составляет 12,5 % мирового рынка моды. Подписавшие представляют ТНК, такие как ASOS, H&M, Nike, Inditex, Kering и Target, в то время как малые и средние предприятия, такие как Nudie Jeans, Reformation или Ganni, составляют 63% подписавших. Обязательство 2020 г. было разработано GFA в качестве конкретного способа достижения действий и ускорения перехода субъектов рынка к системе круговой моды.

По состоянию на август 2020 г. подписавшие стороны установили 207 целей, распределенных по четырем направлениям деятельности [1]:

1. Реализация стратегий проектирования для обеспечения цикличности (40% от общего числа поставленных целей).

В рамках данного направления, ASOS создала и запустила образовательную программу кругового дизайна с Центром устойчивой моды Лондонского колледжа моды, UAL, которая с тех пор была развернута для всех дизайнеров в команде ASOS. После обучения перед теми же дизайнерами была

поставлена задача: как они могут воплотить теорию кругового дизайна в жизнь?

Результатом стала круговая коллекция ASOS DESIGN, которая была запущена в сентябре 2020 г. В модной коллекции, ориентированной на тенденции, представлено 29 товаров, которые были разработаны с учетом круговых основ, установленных ASOS, таких как проектирование отходов, универсальность и долговечность, а также переработка и использование инновационных круговых методов (мономатериальность или раскрой по шаблону с нулевыми отходами).

При создании коллекции ASOS тесно сотрудничала со своими партнерами-поставщиками, чтобы понять влияние дизайнерских решений, которые они принимали на производственные процессы, и проверить свои теории и принципы замкнутого цикла, прежде чем применять их на практике. Это сотрудничество по-прежнему будет ключевым направлением развития ASOS, поскольку дизайнеров активно поощряют включать принципы кругового дизайна в разработку будущих продуктов.

2. Увеличение объема собранной использованной одежды и/или обуви (25% от общего числа установленных целевых показателей).

В ходе выполнения Обязательств до 2020 г. Gap Inc. активно сотрудничала с Фондом Эллен Макартур (EMF) в качестве основного партнера Make Fashion Circular, информируя о разработке руководящих принципов по циркулярным материалам Fashion Positive и участвуя в пилотном проекте EMF #Wearnext textile collection.

Три бренда Gap Inc., Gap, Athleta и Banana Republic, приняли участие в пробной программе по сбору одежды в магазинах в рамках кампании. В течение испытательного срока в 2 мес. участвующие магазины собрали 2 т. одежды для пожертвования в местную благотворительную организацию Housing Works. Для Gap Inc. эта программа стала ценным опытом в управлении схемами сбора в магазинах. Ключевым уроком, извлеченным из проекта, стало преимущество наличия партнера по логистике, который занимался бы оперативными аспектами программы. В этом случае refashionNYC оказал ценную поддержку в доставке ящиков для сбора, предоставлении услуг по доставке и координации пожертвований.

3. Увеличение объема перепродаваемой подержанной одежды и/или обуви (14% от общего числа установленных целевых показателей).

В 2019 г. H&M запустила свою кампанию "Давайте изменимся", с целью донесения концептуального и всестороннего понимания инициатив H&M в области устойчивого развития. Новая коммуникационная стратегия позволяет H&M повышать осведомленность потребителей о том, как H&M приближается к устойчивому развитию простым и удобным способом.

Кампания освещает ряд инициатив H&M в области устойчивого развития, включая оптимизацию круговых моделей в рамках сбора, переработки и ремонта одежды. Программа сбора H&M, осуществляемая в партнерстве с I:CO, является крупнейшей в мире в своем роде, ежегодно удаляя более 25 000

т. текстильных изделий после потребления со свалок или сжигания. Собранные предметы одежды сортируются по трем категориям приоритета [3]:

1) повторная продажа одежды – одежда, которую можно будет носить снова, будет продаваться как подержанная одежда;

2) повторное использование – старая одежда и текстиль будут превращены в другие товары, такие как очищающие салфетки;

3) переработка – изделия, не проходящие по критериям вышестоящих категорий, будут перерабатываться в текстильные волокна.

Многие подписавшие стороны сформировали глобальные партнерские отношения с поставщиками услуг по сбору и повторной продаже. В ответ на COVID-19 и в связи с закрытием магазинов сообщалось о расширении сотрудничества с онлайн-рынками перепродажи, такими как Depop и Vestiaire Collective.

H&M приобрела контрольный пакет акций Sellpy, поставщика услуг электронной коммерции, который управляет всем процессом продаж, начиная с доставки одежды непосредственно из дома и заканчивая продажей и распространением на платформах H&M. Кроме того, их концепция онлайн-заботы обучает потребителей простому уходу за одеждой, чтобы одежда дольше использовалась. Ателье по физическому ремонту расположены в различных ведущих мировых магазинах.

4. Увеличение доли одежды и/или обуви, изготовленных из переработанных текстильных волокон после потребления (21% от общего числа установленных целевых показателей).

Inditex создала два фонда в рамках Департамента материаловедения и инженерии Массачусетского технологического института. Первый из них способствует исследованиям в области устойчивого развития, логистики и управления цепочками поставок, способствуя переходу рынка к более циклической экономике, в то время как второй фокусируется на новых методах механической и химической переработки текстиля и создании новых волокон в соответствии с глобальной стратегией Inditex по цикличности. Целью стратегии является выявление инновационных решений в областях, охватывающих переработку, вторичное использование, экологически чистые ткани, экологически чистые источники энергии или экологическую эффективность производства и логистики. Партнерство Inditex с MIT является частью стратегии по укреплению их подхода к цикличности, и, в основном, направлено на преодоление барьеров в переработке «текстиля в текстиль» [1].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что действия, предпринимаемые ТНК одежды в области устойчивого развития, направлены на трансформационные изменения в их деятельности, такие как сотрудничество в рамках образовательных программ, внедрение программ сбора и продажи подержанной одежды, создание круговых дизайнов одежды, а также переработка одежды в сырье для создания новых товаров.

Список использованных источников:

1. Global Fashion Agenda 2020 Circular fashion system commitment [Электронный ресурс].- Режим доступа <<https://www.globalfashionagenda.com/2020-commitment/>>
2. Global Fashion Agenda Our mission and vision [Электронный ресурс].- Режим доступа <<https://www.globalfashionagenda.com/about-us/our-mission/>>
3. H&M Group Reuse and recycling [Электронный ресурс].- Режим доступа <<https://hmgroup.com/sustainability/circular-and-climate-positive/recycling/>>

Шацкая Э. Ш., к.э.н., доцент
Абдулгазис Э.Д.

ГБОУ ВО РК «КИПУ имени Февзи Якубова», Симферополь

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ГЛОБАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

В научной литературе предлагает несколько различных определений международного маркетинга: Международный маркетинг предполагает операции на ряде рынков зарубежных стран, в которых, кроме неконтролируемых переменных, также регулируются факторы (в форме структуры затрат и цен, возможности рекламной и дистрибутивной инфраструктуры) существенно отличаются между одними рынками. Подобные различия приводят к осложнениям международного маркетинга.

Международный маркетинг определяется как ведение бизнеса с целью планирования, ценообразования, продвижения и направления линейки товаров и услуг для клиентов или пользователей в более чем одной стране для получения прибыли.

Международный маркетинг состоит из выводов и удовольствие глобальных потребностей потребителей лучше, чем конкуренция, как внутренняя, так и международная, и координация маркетинговой деятельности в условиях глобальной среды.

Международный маркетинг фокусируется на необходимости создавать, общаться и доставлять ценность на международном уровне, намного сложнее, чем внутренний, так как маркетолог сталкивается с двумя или более наборами неуправляемых переменных из разных стран, которые происходят из разных культурных, правовых, политических и денежных систем.

Каждая сфера маркетинга будет разную роль в стратегии глобального предпринимательства. Способ представление международного маркетинга зависит от уровня вовлеченности компании на международный рынок. В приведены виды маркетинга.

Глобализация меняет конкурентную среду, в которой компании должны определять маркетинговую стратегию. Растущее использование электронной коммерции, распространение таких технологических драйверов, как Интернет и мобильные телефоны, совершенствования средств

транспортировки и устранения политических и экономических границ во многих регионах мира позволяет компаниям сосредоточиться не только на внутренних рынках, но также различные мировые рынки.

Глобализация меняет конкурентную среду, в которой компании должны определять маркетинговую стратегию. Растущее использование электронной коммерции, распространение таких технологических драйверов, как Интернет и мобильные телефоны, совершенствования средств транспортировки и устранения политических и экономических границ во многих регионах мира позволяет компаниям сосредоточиться не только на внутренних рынках, но также различные мировые рынки.

Глобализация меняет конкурентную среду, в которой компании должны определять маркетинговую стратегию. Растущее использование электронной коммерции, распространение таких технологических драйверов, как Интернет и мобильные телефоны, совершенствования средств транспортировки и устранения политических и экономических границ во многих регионах мира позволяет компаниям сосредоточиться не только на внутренних рынках, но также различные мировые рынки.

Глобальный подход требует от фирмы сосредоточить свои усилия во всем мире, а не разрабатывать маркетинговые стратегии на основе отдельных стран. Это также требует координации и интеграции производства, сбыта и других функциональных видов деятельности в разных странах. Для многих фирм глобальная маркетинговая стратегия требует централизованной операции, чтобы использовать преимущества масштаба, оптимизировать ресурсы и сократить расходы.

Выводы и перспективы дальнейшего исследования. Международный маркетинг выполняет следующие основные функции: исследования рынков потребления; приспособления и способность быстро реагировать на условия деловой среды, разрабатывать бизнес-планы и контролировать результативность, количественно оценивать трудности, возникающие в управлении бизнесом; предложить эффективные меры по сбора информации и осуществления предпринимательской деятельности на каждом рынке. Во всех странах бизнес всегда применяет международные маркетинговые стратегии. Однако по-разному. Благодаря применению эффективных маркетинговых стратегий компании на рынке достигли определенного успеха. Это необходимые условия для долгосрочного развития и высокой эффективности глобального предпринимательства.

На основе маркетинговых стратегий предлагаем следующие меры по улучшению глобального предпринимательства: искать различия в стратегиях снабжения и сбыта чтобы отвечать местном среде и требовать передачи производственной и маркетинговой деятельности местным филиалам. Это поможет уменьшить давление из-за глобализации, современные информационные технологии транспорт. Хотя это приведет к увеличению расходов сейчас, но позволит получить больше прибыли в будущем.

Список использованных источников:

1. Моргунов В.И.,Международный маркетинг учебник: учебник для бакалавров/ В.И. Моргунов, // . — 2017. — ISBN 978-5-394-02720-8. — [Электронный ресурс]: электронный — URL: <https://e.lanbook.com/book/93439> (дата обращения: 10.02.2021).
2. Карпова С. В. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавров // Современная конкуренция. – 2017. – ISBN: 978-5-394-02835-9 — [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/103731>
3. Клепцова Л.Н. Международный маркетинг: электронное учебное пособие//Современная конкуренция. 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://e.lanbook.com/book/172518> (дата обращения: 21.04.2021).
4. Кайдашова А. К. Международный маркетинг// Современная конкуренция. 2015. — [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/72651> (дата обращения: 21.04.2021).

Шкуренко В.А., ассистент,
Шуева А.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТЕНДЕРЕ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДВОДОКАНАЛ»)

Международные тендеры, как и товарные биржи, аукционы, выставки, ярмарки, являются типом организованных рынков в связи с тем, что в определенное время и в определенном городе организованное предложение сравнивается с конкретным и характерным спросом. При этом посредническую функцию между покупателем (импортером) и продавцом (экспортером) выполняет тендерная комиссия, назначенная импортером [1, с. 76].

Понятие «международные тендеры» (торги) можно свести к следующему – это одна из форм мировой торговли, предусматривающая размещение заказа на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг по заранее объявленным в тендерной документации условиям. Организатор тендера тем или иным способом искусственно создает условия для конкурентной борьбы между участниками тендера за заказ в целях выбора наиболее выгодного приобретения требуемых товаров, работ, услуг. Таким образом, тендер – это открытое предложение представлять заявки на покупку или продажу товаров, предпочтение по которым отдается наиболее конкурентоспособному заявителю [2, с.128].

Предметом закупок в международной практике может быть оборудование (товары), работы, услуги, средства жизнеобеспечения, оборонные закупки, проекты и программы. Любой товар, особенно такой сложный и экономически значимый, как топливно-энергетические ресурсы, должен иметь разумную, обоснованную стоимость, учитывающую механизм и среду реализации товара,

выстроенные в единую скоординированную и эффективно контролируемую систему [2, с. 129].

Рассмотрим основные принципы тендерных закупок и представим информацию в виде табл. 1.

Таблица 1 – Принципы тендерных закупок, согласно подходам международных организаций

Принцип	ВТО	ЮНСИТРАЛ	ЕБРР	МБРР
Равенство	+	+	+	+
Открытость	+	+	+	+
Экономичность	–	+	+	+
Эффективность	+	+	+	+
Конкуренция	+	+	+	+
Объективность	+	+	+	+
Использование электронных технологий	+	+	+	+
Стимулирование	–	+	+	–
Устойчивое развитие	–	–	+	–
Либерализация	+	–	–	–
Предсказуемость	+	–	–	+

Составлено автором на основе источника [3, с. 156]

Согласно данным табл. 1, тендерные закупки у различных международных финансовых и торговых организаций имеют свои определенные принципы (характеристики).

Закупки в госсекторе, образованном институциональными единицами, на которые распространяется право государства принимать значимые решения в связи с реализацией административных функций либо отношений собственности, проводятся по двум каналам: за счет средств государственного бюджета и за счет собственных средств коммерческих организаций с определенной долей государственной собственности (критичный уровень государственного участия различается по странам – в Беларуси он определен в размере 25 %) [4, с. 78].

Государственные закупки (относятся к первому из названных каналов, поскольку предполагают финансирование из госбюджета) нередко рассматриваются как частный случай нетарифных методов регулирования внешней торговли страны. При этом принимается во внимание особый механизм влияния на международные торговые потоки со стороны государства, при котором могут быть задействованы различные требования, способные вносить искажения в порядок определения поставщика и страны происхождения закупаемой госзаказчиками продукции (количественные, финансовые ограничения, требования к стандартам качества и т. д.).

10 декабря 2009 г. Совет директоров утвердил новую Страновую стратегию для Беларуси, которая предусматривает, что Европейский банк

реконструкции и развития («ЕБРР» или «Банк») и Северный инвестиционный банк (NIB) планируют оказывать помощь в инвестициях для улучшения государственных услуг с использованием структуры, охватывающей несколько сообществ. В число участвующих муниципальных образований входят города Витебск, Барановичи, Слоним, Гродно и Брест. Одновременная реализация пяти определенных проектов должна оказать положительное влияние на комплексное техническое сотрудничество.

Все проекты направлены на общую модернизацию очистных сооружений канализации в Витебске, Гродно и Бресте, а также установку оборудования для производства, сбора и использования биогаза [5].

Первые шаги по реализации проекта, направленного на улучшение очистки сточных вод в городе Гродно, с привлечением средств займа Северного инвестиционного банка и грантов, предоставленных СИБ Шведским агентством международного сотрудничества в области развития (СИДА), а также Фондом поддержки Экологического партнерства Северного измерения (ЭПСИ), были сделаны в 2012 г.

В период с 2012 г. по настоящее время заключен ряд соглашений, регулирующих деятельность, осуществляемую в рамках проекта «Беларусь: экологический инфраструктурный проект - первый этап» с привлечением средств СИБ.

Этот проект направлен на улучшение технологии очистки сточных вод, включая наиболее благоприятное воздействие на окружающую среду, воздействие на низовья рек, впадающих в Балтийское море, с учетом местных приоритетов и экономии затрат на энергию.

Для эффективной реализации проекта проводились ряд тендеров (A1-1, A1-2, A1-3, A1-7).

Рассмотрим более подробно тендер A1-3.

Комплект тендерной документации по Контракту A1-3 был одобрен СИБ и 07.06.2018 информация о тендере по закупке техники [5].

14 ноября.2018 г. в АБК ГУКПП «Гродноводоканал» состоялось вскрытие заявок по Контракту A1-3 «Закупка техники» по объекту «Реконструкция очистных сооружений канализации г. Гродно, 2-ая очередь строительства». Вскрытие проходило в присутствии представителей участников тендера.

Скорее всего в тендере участвовала лишь одна компания с Литвы («Hidora»), которая в последствие и получила данный тендер.

В объем Контракта поставки входит один экскаватор, один бульдозер и два самосвала. В опционном порядке мог быть дополнительно поставлен еще один экскаватор и один автофургон. Помимо техники, в объем контракта входят услуги по приемке техники, обучение персонала, техническое обслуживание оборудования в течение гарантийного периода и поставка запасных частей в гарантийный период. Срок поставки техники - 150 дней.

Тендер проводится согласно процедуре открытых международных закупок (международный конкурс без предквалификации) в соответствии с правилами и политикой закупок ЕБРР.

Для того чтобы получить право на присуждение Контракта, участники тендера должны были соответствовать минимальным критериям в Тендерных документах, включая следующее [5]:

1) участник тендера не должен являться банкротом или не проходить процедуру банкротства в соответствии с национальными законами или нормативными актами;

2) участник тендера должен был иметь среднегодовой оборот в качестве Поставщика за последние три года в объеме не менее 2,0 млн. евро в эквиваленте;

3) опыт участия в течение последних 5 лет в качестве Поставщика в выполнении не менее 3 договоров, из которых как минимум один имеет стоимость не менее 0,5 млн. евро, успешно и в существенной мере выполненных;

4) участник тендера должен был продемонстрировать наличие у него финансовых ресурсов в сумме не менее 0,3 миллионов евро;

5) участник тендера должен предоставить подтверждение того, что участник тендера или его агент будет способен выполнить обязательства Подрядчика по техническому обслуживанию, ремонту и обеспечению запасными частями.

Отметим, что все тендерные заявки должны были сопровождаться обеспечением на сумму 30 000 евро в форме, которая приведена в Тендерной документации.

11 февраля 2019 г. состоялось подписание Контрактного соглашения А1-3 «Закупка техники» по объекту «Реконструкция очистных сооружений канализации г. Гродно, 2-ая очередь строительства». Контракт присужден компании UAB «Nidoga» (Литва). Контрактная стоимость – 988,6 тыс. евро.

Вкратце рассмотрим все остальные тендеры, которые проводились в рамках проекта. Информацию представим для удобства в виде табл. 2.

Таблица 2 – Краткое описание тендеров А1-1, А1-2 и А1-7, проводимых в рамках проекта

Тендер	Сущность тендера и победители
А1-1	1) сроки исполнения присужденного контракта: 1095 дней; 2) краткое изложение предмета присужденного контракта: реконструкция и расширение очистных сооружений канализации г. Гродно, новый расчетный расход - 11600 м/сут., включая станцию А, рабочий проект и получение официальных согласований проектного расширения; 3) название победителя с указанием предложенной им цены: консорциум EKOLOG - EKOKLAR, 11,5 млн. евро.
А1-2	1) сроки исполнения присужденного контракта: необходимо координировать с контрактом на выполнение проектирования и работ, срок исполнения которого составляет 1095 дней; 2) краткое изложение предмета присужденного контракта: реконструкция и расширение очистных сооружений канализации г. Гродно, новый расчетный расход - 11600 м/сут., поставка оборудования и сопутствующих услуг; 3) название победителя с указанием предложенной им цены: партнерство UAB Arginta - Inninen Oy, 1,97 млн. евро.

Тендер	Сущность тендера и победители
A1-7	1) сроки исполнения присужденного контракта: 670 дней; 2) краткое изложение предмета присужденного контракта: завершение реконструкции очистных сооружений канализации г. Гродно, 2-ая очередь строительства; 3) название победителя с указанием предложенной им цены: Shtang Construction and Engineering Ltd., 10,95 млн. евро.

Составлено автором на основе источника [5]

Таким образом, в рамках проекта, направленного на улучшение очистки сточных вод в городе Гродно, начатого в Беларусь, тендер A1-3, в котором участвовала одна компания, в которой самые эффективные условия, является эффективным, т.к. он является связующим звеном, необходимым для осуществления проекта.

Список использованных источников:

1. Кузьменко С. С. Международная торговля [Электронный ресурс] : конспект лекций для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 38.03.01 Экономика (профили: Международная экономика, Внешнеэкономическая деятельность), направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / С. С. Кузьменко ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Кафедра международной экономики . — Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . — Локальная компьютерная сеть НБ ДонНУЭТ.
2. Забайкин Ю.В., Волков А.Н., Шендеров В.И., Якунин М.А. Международные тендеры (аналитический обзор) / Ю. В. Забайкин, А. Н. Волков, В. И. Шендеров, М. А. Якунин // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2017. № 7. С. 128-135.
3. Астапович О.Г. Тендеры как инструмент торговли в условиях открытой экономики: теория и практика международного регулирования / О. Г. Астапович // Белорусский экономический журнал. 2020. № 3 (92). С. 149-165.
4. Астапович О.Г. Международные тендеры в госсекторе Республики Беларусь: потенциал, проблемы, перспективы / О. Г. Астапович // Экономика. Управление. Инновации. 2020. № 1 (7). С. 77-82.
5. ГУКПП "Гродноводоканал" [Электронный ресурс]. – URL: www.vodokanal.grodno.by/article.php?id=57&pid=55

Шкуренко В.А., ассистент, Бухтиярова П.Е.
 ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ЯПОНИИ

Банковская система Японии считается одной из самых успешных в мире. По сравнению с Европой банковская система Японии сложилась относительно

недавно, взяв за основу американскую модель, и успешно развивается. Доля Японии среди ведущих мировых банков неуклонно увеличивается. Мощные финансово-промышленные группы, стоящие во главе японских банков, осуществляют крупномасштабные промышленные инвестиции в экономику США, стран Западной Европы, Азии и Австралии.

Государство осуществляет контроль над деятельностью японских банков и в значительной мере отвечает за их работу. Банковская система Японии представлена частными банками, кредитными ассоциациями, государственными финансовыми учреждениями, а также филиалами иностранных банков. Характеристика банковской системы Японии подразумевает существование ее трехуровневой модели, позволяющей обеспечивать кредитными ресурсами все звенья экономики на каждом уровне. Уровни банковской системы Японии включают в себя:

1-й уровень – Центральный банк (Банк Японии), является центральным банковским учреждением страны; управляет всеми банками страны, включая 11 государственных, а также частными банковскими компаниями;

2-й уровень – общенациональные коммерческие банки: городские и региональные банки, трастовые банки, банки долгосрочного кредитования, иностранные банки. Эти банки являются основой банковской системы Японии – их совокупный капитал составляет около 80 % от общего объема капитала всей банковской системы страны;

4) 3-й уровень – кооперативные кредитные институты: кредитные ассоциации, кредитные кооперативы, трудовые кредитные кооперативы. Они оказывают финансовую поддержку малому бизнесу в различных сферах японской экономики. В кредитных учреждениях для сельского и лесного хозяйства сосредоточено 7 % всего банковского капитала Японии [1].

Наиболее известными японскими банками являются: Industrial Bank of Japan, Mitsubishi UFJ Financial Group, Mizuho Corporate Bank, Long Term Credit Bank of Japan, Nekton Credit Bank и др. Они работают с ипотечными кредитами, проводят операции на международном валютном рынке, осуществляют выдачу займов на продолжительный срок для мировых промышленных лидеров и т. п.

Особенности банковской системы Японии заключаются в том, что во главе ведущих японских банков стоят финансово-промышленные группы, т. е. вокруг банков группируются промышленные компании. В Японии действует 6 основных финансово-промышленных групп, ядром которых выступают крупнейшие городские банки Mizuho, Mitsubishi, Sumitomo, Fuji, Sanwa, Dai-Ichi Kangyo. Особенная роль в банковской системе Страны восходящего солнца принадлежит Банку Японии. Более 50 % акций главного банка страны являются собственностью государства. К основным функциям Банка Японии, помимо денежной эмиссии (это его монопольное право), относится денежно-кредитное регулирование экономики, в т. ч. осуществление международных расчетов, проведение операций на валютном рынке, а также кассовое обслуживание казначейства. В своей работе Банк Японии руководствуется законом 70-летней давности, который поставил его под жесткий правительственный контроль и

дал право министру финансов изменять политику Банка Японии. Высшие интересы государства в финансовой и денежно-кредитной сферах, а также политику центрального банка определяет Политический комитет (Комитет по выработке политики). Он выносит решения, которые касаются действий Банка Японии, вырабатывает курс банковской деятельности, дает оценку залогам кредитования, устанавливает сроки проведения денежных операций на рынке и т. п.

Центральный банк Японии лицензирует банковскую деятельность, устанавливает минимальный размер уставного капитала банка, выдает разрешения на изменение наименования банка, слияние банков, создание и ликвидацию филиалов, проводит операции с государственными ценными бумагами и операции на финансовых рынках, осуществляет международную деятельность, выпускает банкноты, регулирует учетные ставки и т. д. Банк Японии возглавляют президент и директорат.

В Японии существует несколько видов коммерческих банков: городские банки; региональные банки; иностранные банки. Городские банки в основном занимаются кредитованием крупных промышленных компаний. Суммарный объем капитала 11 городских банков составляет около 35 % от общего объема капиталов банковской системы Японии. Лидером среди городских банков является Bank of Токуо, который имеет связи с более чем 2 тысячами банков по всему миру. Совсем недавно коммерческие банки Японии получили право торговать ценными бумагами, и это стало началом процедуры универсализации городских банков. Городские банки расширяют границы и выходят на новые рынки. В Японии также насчитывается 64 региональных банков, которые в основном расположены в малых и средних городах. В большинстве своем они ориентированы на выдачу кредитов небольшим предприятиям и операции с частными лицами.

Что касается иностранных банков, действующих в Японии, то они существенно отличаются друг от друга как по размерам своих активов, обороту, видам основных операций, так и по тому положению, которое они занимают в банковской системе страны. Господствующее положение среди иностранных банков занимают финансовые учреждения США и Великобритании. Например, на 3 американских банка First National City Bank of New York, Chase Manhattan Bank и Bank of America приходится около 30 % всех кредитов, предоставленных иностранными банками в Японии. Несмотря на то, что иностранные банки имеют в Японии те же права, что и местные банковские структуры, они не пользуются особой популярностью среди японцев.

Список использованных источников:

1. Основные принципы работы банковской системы Японии в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://emigranto.ru/strany-azii/iaponiia/bankovskaia-sistema-iaponii.html>

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Аджимет Г.Х., к.э.н., доцент
Бекирова С.С.

*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова», Симферополь*

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИК СТРАН МИРА В УСЛОВИЯХ ВСЕМИРНОЙ ПАНДЕМИИ

В 2020 году 30 января Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) была объявлена вспышка смертельного вируса COVID-19. Данная ситуация считалась глобальной и чрезвычайно опасной для общества. Уже 11 марта того же года COVID-19 был назван глобальной пандемией. Вирус вызвал экономический кризис и кризис в области здравоохранения в мире. Всё это сопровождалось неопределённостью и усиливало страх по поводу вероятных последствий глобальной экономической пандемии [1].

Учитывая экспоненциальное распространение вируса, страны по всему миру приняли различные меры, начиная от полной изоляции, закрытия границ, карантина, ограничений на поездки и заканчивая полным закрытием предприятий. Что в свою очередь привело к сокращению предложения продукции, паническому накоплению запасов и падению спроса из-за самоизоляции людей. Однако самое главное, к чему привела пандемия – это огромный рост спроса на медицинские изделия. Специалисты здравоохранительных органов, с целью сократить заболевания коронавирусной инфекцией, предложили в качестве первой линии защиты такие средства как антисептик, медицинская маска для лица, также частое и тщательное мытьё рук, социальная дистанция в 1,5 метра и желательно самоизоляция.

Данные меры предосторожности принесли за собой последствия для бизнеса во всём мире. Распространение коронавируса привело к краху экономики, и он, безусловно, может привести к беспрецедентному экономическому кризису. Несмотря на то, что масштабы последствий пандемии неопределенны, глобальный экономический кризис, к которому он привёл, вероятно, продлится долго, что может вызвать серьезные изменения в структуре мировой экономики. К примеру, традиционная торговля уступила место интернет-магазинам, что произвело впечатление на предложение продуктов и овощей.

Пандемия также обострила и накопившиеся проблемы экономического развития отдельных регионов, в том числе евразийского, включая недостаточную промышленную кооперацию стран, исключение из производственных цепочек, барьеры в передвижении капиталов, услуг,

товаров и трудовых ресурсов. Этот рост, как и кризис, по-разному развивался в экономиках США, ЕС и Китая.

Во время пандемии в результате локдауна практически одновременно во всех странах произошли скачкообразный рост безработицы и спад производства. В странах-членах ОЭСР безработица подскочила с 5,2% в феврале до 8,5% в апреле, в США – с 3,5% в феврале до 14,4% в апреле, в Китае – с 5,3% в январе до 6,2% в феврале. В Китае и эпидемия, и экономический кризис начались раньше, чем во всех остальных странах [2].

В Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) в 2020 году наблюдалось снижение основных социально-экономических показателей, за исключением производства продукции сельского хозяйства, объема выполненных строительных работ и обрабатывающей промышленности. Объем ВВП по ЕАЭС сократился на 3%, объем промышленного производства — на 2,7%, объем экспорта во взаимной торговле товарами внутри союза снизился на 11%, во внешней торговле — на 20,9%. Объем промышленного производства ЕАЭС в январе 2021 года сократился на 2,1% к соответствующему периоду предыдущего года. Сокращение отмечалось во всех странах союза, за исключением Белоруссии, где объем промышленного производства увеличился на 8,5%, наибольшее — в Армении (на 10,8%), наименьшее — в России (на 2,5%). Объем производства продукции сельского хозяйства в январе этого года в странах ЕАЭС увеличился на 0,9%, объем взаимной торговли государств союза — на 3,3% по сравнению с январем прошлого года. При этом внешнеторговый товарооборот сократился на 10,5% [3].

ВВП экономик государств ЕАЭС снизился в 2020 году меньше, чем во многих развитых странах, которые оказывали значительно большую помощь экономике. В качестве примера: ВВП Европейского союза упал на 7,2%, Германии — на 5,4%, Великобритании — на 10%. Страны с высокоэффективными экономиками предприняли беспрецедентную по своему объему поддержку населения и экономик.

Меры правительств были направлены на поддержку как занятости, так и производства. В Европе правительства выплачивают до 90% заработной платы, при условии, что компании не будут прибегать к увольнениям, в отличие от США, где выплачиваются большие компенсации потерявшим работу. Так, в Германии безработица увеличилась с 3,6% в феврале 2020 г. до 4,4% в июле, в Италии – с 9,4% до 9,7%, в Великобритании безработица сохранялась на уровне 3,8%-3,9% на протяжении этого периода. Поскольку в США безработица резко подскочила в апреле, а затем начала снижаться быстрыми темпами, то и вход в кризис и выход экономики страны из него произошли всего за два месяца [2].

Пандемия и снижение ВВП предопределили падение мировой торговли товарами и услугами, чему также способствовала торговая война США и Китая. Соответственно, экономики, у которых велика доля экспорта в ВВП, оказались более уязвимыми. В наиболее благоприятном положении находятся США, у которых соотношение экспорта товаров и услуг к ВВП в 2019 г.

составляло 11,7%, в Китае это соотношение – 18,4%, в ЕС – 47,1%. В Европе этот фактор не оказал такого отрицательного воздействия на экономический рост, потому что около 60% европейской торговли – внутри-европейская торговля, которая пострадала в значительно меньшей степени.

Наиболее пострадавшими отраслями в мире являются туризм и транспорт. В ведущих экономиках мира доля этих отраслей составляет от 7% до 14% ВВП. Например, в Японии доля этих отраслей в ВВП – 7%, США – 8,6%, Великобритании – 9%, Германии – 9,1%, Китае – 11,3%, Италии – 13%, Испании – 14,3%. Требуется время для восстановления данных отраслей, и в целом восстановления мировой экономики [3].

В 2020 году мировая экономика сократилась на 4,3%, что более чем в два с половиной раза больше, чем во время глобального финансового кризиса 2009 года. 12,7 триллиона долларов, потраченных на экстренные меры по стимулированию мировой экономики, по мнению экспертов ООН, смогли предотвратить новую Великую депрессию. Госрасходы, направленные на стимулирование экономики, на душу населения в развитых странах в 2019 году были почти в 580 раз выше, чем в наименее развитых странах, хотя средний доход на душу населения в развитых странах был лишь в 30 раз выше, чем в бедных государствах. Столь резкое неравенство подчеркивает необходимость более тесного международного сотрудничества, включая облегчение долгового бремени наиболее уязвимой группы стран [4].

Выводы. Таким образом, полное восстановление экономик зависит от хода пандемии, решений правительств, поведения бизнеса и населения, из чего следует высокая степень неопределенности этого процесса.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт ВОЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 08.10.2021).
2. Мировая экономика в условиях пандемии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imemo.ru/news/events/text/mirovaya-ekonomika-v-usloviyah-pandemii> (дата обращения 08.10.2021).
3. Официальный сайт ЕАЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/> (дата обращения: 08.10.2021).
4. Официальный сайт ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/> (дата обращения: 08.10.2021).
5. Дробот Е.В. Влияние пандемии COVID-19 на рынок труда США // Экономика труда. – 2020. – Том 7. – № 7. – С. 577-588.
6. Дробот Е.В., Лосинкова В. А., Поспелова А. Л., Утябаева Э. Р., Федаш К.А. Обзор ключевых подходов к классификации стран мира и сравнительный анализ основных макроэкономических показателей ведущих мировых экономик // Экономические отношения. – 2018. – Том 8. – № 2. – с. 105-138.
7. Что такое пандемия согласно Всемирной организации здравоохранения // ТАСС, 11 марта, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/7952651> (дата обращения 08.10.2021)

РЫНОК ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Серьезные изменения на рынке труда на фоне распространения новой коронавирусной инфекции затронули большинство стран мировой экономики, в том числе России. В контексте растущего экономического кризиса, вызванного массовым закрытием предприятий, падением потребительского и инвестиционного спроса и ростом безработицы, важнейшую роль играет разработка эффективных мер государственной поддержки, которые будут направлены на стимулирование как всей экономики, так и отдельных групп ее хозяйствующих субъектов.

COVID-19 и карантинные меры по сдерживанию пандемии оказали драматическое и крупномасштабное шоковое воздействие на мировую экономику. Общий темп снижения мировой экономики в 2020 году по сравнению с 2019 годом оценивается в 4,3% (несмотря на то, что во время кризиса в 2009 году падение составило 2,1%) и сопровождается резким падением частного потребления с негативным воздействием на производство, занятость и инвестиции.

Распространение коронавируса привело к массовому закрытию компаний по всему миру, приостановлению большей части производства. Около трети населения мира (около 2,6 миллиарда человек) несколько месяцев находились в самоизоляции. В связи с введением жестких ограничительных мер, в частности, по обращению и социальным контактам, спрос на многие товары и услуги резко упал [1].

Проанализируем ситуацию на рынке труда в России. Так, официальный уровень безработицы на конец сентября составил 5,4% от экономически активного населения в 4,8 млн человек (рис.1). Но, как показывает опыт кризиса 2008-2009 годов, реальная численность безработных (в том числе не прошедших регистрацию на бирже труда) колеблется от 9 до 11 миллионов россиян. Динамика безработицы в период пандемии Covid-19 приведена на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика безработицы в РФ в условиях пандемии Covid-19, 2020г.

Уже в мае 2020 года 45% российских работодателей заявили, что им пришлось уволить сотрудников [2]. Весной увольнения коснулись в основном сферы туризма, услуг, транспорта, торговли, финансового сектора, бухгалтеров, экономистов и юристов, а также менеджеров низшего и среднего звена.

Сфера услуг, транспорт и торговля также пострадали из-за необъявленного, но свалившегося на головы россиян карантина. Магазины, которые были закрыты из-за запретов и штрафов, частично не смогли вернуться к нормальной работе. После того как летом ограничения были сняты, только 70% магазинов вернулись к работе, и только 64% магазинов, которые работали в торгово-развлекательных центрах, не ощутили значимые последствия ограничений [3].

В России в целях борьбы с распространением коронавируса апрель 2020 года был объявлен нерабочим месяцем – это означало, что сотрудники большинства предприятий могли получать зарплату без работы более 30 дней. Второй вариант предполагал работу удаленно и за те же деньги (но это было возможно не для каждой профессии).

По данным портала GorodRabot.ru в марте количество вакансий, несмотря на введенные ограничения, увеличилось на 14% – причем больше всего вакансий добавилось в индустрии красоты, которая практически была запрещена по всей России с 30 марта (рис.2).

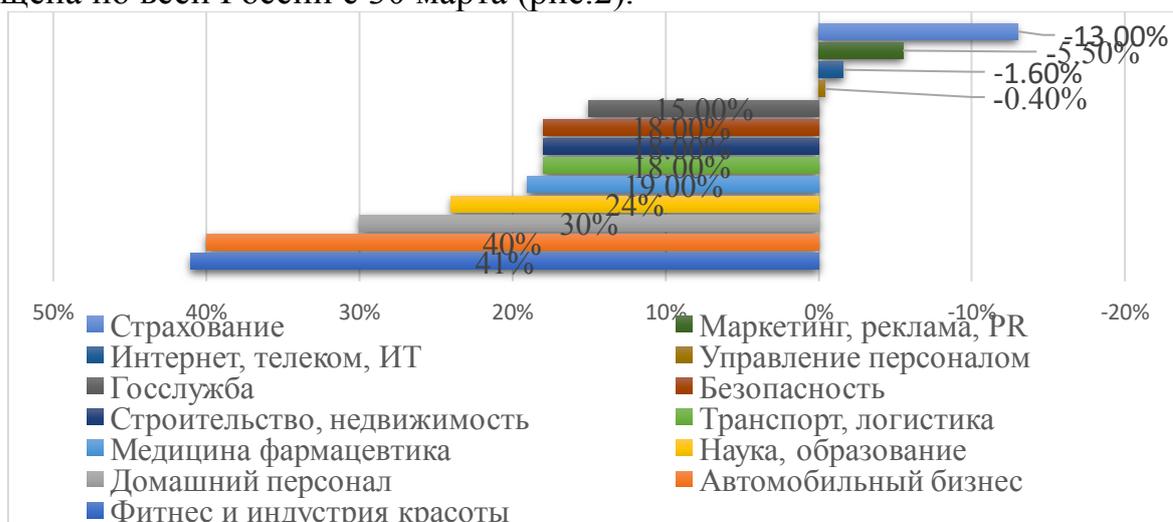


Рис. 2. Изменение количества вакансий в России за март 2020г., в % [4]

Из рисунка 2 видно, что в марте произошло увеличение количества вакансий в сфере фитнеса и индустрии красоты, автомобильной промышленности, транспорта, строительства, что может быть связано с сезонными факторами.

Однако уже 30 марта 2020г. Россия начала вводить жесткие ограничительные меры, первые меры были введены в Москве и продолжались в других регионах. И в апреле произошло значительное снижение количества вакансий по многим из этих профессий: [4]

1) фитнес и индустрия красоты – эти направления больше всего пострадали от карантинных мер, так как однозначно не относились к сфере жизнедеятельности;

2) автомобильный бизнес – основные автомобильные заводы в России прекратили производство, как и автосервисы в большинстве регионов;

3) транспорт – практически во всех регионах ограничивали общественный транспорт, а авиакомпании сокращали количество рейсов, и даже РЖД отменили многие поезда;

4) строительство – магазины стройматериалов закрыты в большинстве регионов, а в некоторых городах были и вовсе прекращены все строительные работы.

Выводы. Таким образом, пандемия изменила рынок труда в России. Некоторые профессии потеряли свою актуальность, в то время как другие начали набирать популярность, особенно в сфере медицины. Также следует отметить, что спрос на персонал в индустрии туризма, развлечений и красоты значительно снизился. Проанализировав динамику безработицы в РФ в условиях пандемии Covid-19, можно сделать вывод о том, что количество безработных россиян резко возросло на 602400 чел. по сравнению с мартом 2020 г. К сентябрю 2020 г. количество безработных составило 4819200 чел., что на 527100 чел. больше, чем в апреле, когда отмечался рост их количества.

Список использованных источников:

1. Рынок труда в России в 2019-2020 годах: прогноз и особенности [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.anoipk.ru/> свободный. (Дата обращения 19.10.2021).

2. Рынок труда в России в 2019-2020 годах: прогноз и особенности [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.anoipk.ru/> свободный. (Дата обращения 19.10.2021).

3. Рынок труда в условиях коронавируса [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.iер.ru/ru> свободный. (Дата обращения 19.10.2021).

4. Ситуация на рынке труда РФ в апреле [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://rutrud.com/> свободный. (Дата обращения 19.10.2021).

Баранцева С.М., к.э.н., доц.,
Сидоренко С.С.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Конкуренция является важным атрибутом рыночной экономики. В своем развитии она прошла определенный путь совершенствования от простых к более сложным формам. Конкуренция как явление была свойственна

рабовладельческой, феодальной и даже первобытнообщинной эпохе, ее зарождение и возникновение исторически относят к простому товарному производству. Конкуренция между простыми товаропроизводителями ориентируется на общественную (рыночную) стоимость товара. Анализируя представленные взгляды на определение понятий «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия».

Несмотря на то, что проблеме конкуренции посвящено большинство научных работ, сегодня отсутствует единственное определение термина «конкуренция». Как показал обзор научной литературы по данной теме, выделяют три подхода к определению конкуренции как соревнование на рынке; как неотъемлемый элемент рыночного механизма; как некоторое свойство рынка (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению «конкуренция»

Подход	Авторы	Сущность подхода
как соревнование на рынке	Дулисова И.Л.[3]	эту категорию как способность предприятия конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров с помощью обеспечения высшего качества, доступных цен, создания удобных условий для потребителей. От способности предприятия к стойкой жизнедеятельности в конкурентной рыночной среде и возможности достигать поставленных целей зависит эффективность деятельности предприятия
	Азоев Г.Л [1].	понимает конкурентоспособность предприятий как результат эффективной хозяйственной деятельности при условиях конкурентного рынка
как неотъемлемый элемент рыночного механизма	Салихова Я. Ю. Трубилина А.Н.[2]	отражается по конечным результатам взаимодействия товаропроизводителей и переработчиков: прибыль, ее норма, уровень продаж, оборачиваемость средств, производительность труда, уровень рентабельности, эффективность использования производственных ресурсов
как некоторое свойство рынка	Кандалинцев В.Г. Фатхутдинов Р.А., Чепурная И.П.[4]	конкурентоспособность как свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов

Представители научной школы в РФ, такие как Гельвановский Ж.А., Ерохин Д.В., Жуковская В.С, Саркисов С.В., Трофимова И.В., Челенков А.Л. отмечают, что конкурентоспособность предприятий - это система экономических категорий, элементами которой является конкурентоспособность продукции и финансовая конкурентоспособность.

Большинство исследователей И.А. Воркут, А.Г. Кальченко, Т.О. Колодизева, Е.В. Крикавский, В.Е. Николайчук, М.Р. Окландер, К.М. Таньков, О.М. Тридид, А.У. Альбеков, Б.А. Аникин, М.П. Гордон, С.Б. Карнаухов рассматривают конкурентоспособность предприятий с позиции маркетинговой составляющей: наличие эффективного маркетингового комплекса, торговой марки, имиджа и т.п.

Ерохин Д.В. и Галушко Д.В. конкурентоспособность предприятия представляют как долю международного конкурентного рынка путем сосредоточения на совершенствовании внешнеэкономической деятельности[4].

Зарубежные экономисты Портер М. и О'Шонесси Дж. рассматривают конкурентоспособность предприятия как постоянное увеличение его стоимости (капитала) [6].

Сложность конкретизации понятия «конкурентоспособность предприятия» выходит из ее особенностей, которые были выделены в современной экономической литературе разными учеными. Определяют, что конкурентоспособность как адаптивность не является имманентным качеством предприятия; может возникать и быть оцененной только при наличии конкурентов; относительное понятие и имеет разный уровень по отношению к разным конкурентам; зависит от уровня конкурентоспособности продукции, отрасли, страны; зависит от уровня конкурентных преимуществ и путей их получения и др.

В качестве одного из главных факторов повышения конкурентоспособности в условиях нестабильности и неопределенности предлагаем применение логистического подхода в организации деятельности предприятия. Конечно, логистика - не единственный источник успехов конкурентного положения предприятия, но она играет ключевую роль. Важно понять, что влияние логистики на конкурентоспособность зависит от того, как логистика «вписывается» в маркетинговую деятельность фирмы. Эта деятельность определяет степень удовлетворения потребностей клиентов. В условиях конкуренции, для успешного выживания на рынке, предприятие должно внедрять гибкие и динамические подходы, то есть ключевым фактором конкуренции вместе с ценой и качеством продукции становится время производства и реализации продукции [5].

Опыт ведущих стран мира свидетельствует о высокой эффективности применения логистики для получения устойчивых и долговременных конкурентных преимуществ. В конкурентной борьбе, для оценивания реальных возможностей при разработке мероприятий и использовании средств, за счет которых имеется возможность повышения конкурентоспособности и обеспечения успешного развития деятельности предприятия, промышленные

предприятия проводят тщательный анализ своих сильных и слабых сторон. Логистика вносит весомый вклад в процесс формирования конкурентных преимуществ, поскольку она активизируется на возвышенности гибкости.

Подчеркивая важную логическую связь изложенного с характеристикой концепции логистики, остановимся детальнее на сущности наиболее важных логистических составляющих конкурентоспособности предприятия. Среди них можно выделить следующие: элиминации времени логистических операций; повышение качества предоставления услуг; снижение логистических расходов[5].

В рамках исследования сгруппированы представленные взгляды на определение понятия «конкурентоспособность предприятия». Подчеркнута важность применения логистической концепции для создания преимуществ в конкурентной борьбе предприятий. Успешное применение логистики в деятельности современного предприятия позволяет оптимизировать финансово-производственную деятельность предприятия и тем самым повысить конкурентоспособность. Дает возможность экономического роста предприятия на рынке и обеспечивает конкурентоспособные преимущества и стабильность развития даже в условиях нестабильности и неопределенности.

Список использованных источников:

1. Азоев, Г.Л. Анализ деятельности конкурентов: учебное пособие / Г.Л. Азоев.- Москва: ГАУ, 2015.- 75 с.
2. Аренков, И. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И. А. Аренков, Я. Ю. Салихова [Электронный ресурс]: <http://www.aup.ru/books/m95/>.
3. Дулисова, И.Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара / И.Л. Дулисова [Электронный ресурс].- Режим доступа: www.marketing.spb.ru.
4. Кандалинцев В.Г. Сбалансированное управление предприятием: учеб. пособие / В.Г. Кандалинцев. – Москва: КноРус, 2018. – 224с.
5. Логистика: теория и практика / Г. Г. Левкин. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 221с.
6. Портер, М. Конкурентное преимущество; как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / Майкл Е. Портер.- Москва: Альпина Бизнес Бук, 2015.- 715 с

Забарина Д.А., к.э.н., доц.

Слюсаренко А.В.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях динамично развивающегося рынка, для современных предприятий приоритетным направлением их развития стала

разработка мероприятий по эффективному управлению персоналом, ведь именно персонал с высоким уровнем творчества, активности, креативности является главным стратегическим ресурсом любого предприятия, обеспечивающего ему конкурентоспособность на рынке. Как правило, выполнение целей и задач по эффективному управлению персоналом на предприятии осуществляется через кадровую политику. Согласно этому, кадровую политику следует считать ядром системы управления персоналом на предприятии.

Говоря о кадровой политике, то под ней чаще всего понимают определенную систему идей, правил, процедур, на основе которой действуют люди на предприятии, или же совокупность определенных правил и норм, определяющих основное содержание и направления работы с коллективом, ее методы и формы [2, с. 162].

Кадровая политика формируется высшим управлением предприятия, реализуется через кадровую службу при выполнении её работниками соответствующих им функций. Объектом кадровой политики является непосредственно персонал предприятия, а субъектом – сформированная система управления персоналом, которая включает в себя управленческих работников всех уровней, а также кадровую службу.

Механизм формирования кадровой политики – совокупность действий субъектов, направленных на развитие системы управления человеческими ресурсами и формирование их потенциальных возможностей [3].

Предприятию достаточно важно при формировании и реализации эффективной кадровой политики учесть перечень определенных принципов, на которых она будет основываться. Среди таких принципов выделяют комплексность и последовательность ее проведения, научность, системность, эффективность, социальная справедливость, профессионализм, сбалансированность представительства опытных и молодых работников с учетом гендерного равенства, учета сложных результатов, непрерывность обучения кадров [1].

При формировании кадровой политики необходимо согласовать определенные нюансы:

- политику развития персонала – предоставление программ развития, создание команды, профессиональная подготовка и дальнейшее обучение;
- разработку общих принципов кадровой политики, определение приоритетных задач;
- финансовая политика – установление принципов выделения средств, обеспечение эффективной системы стимулирования труда;
- организационная политика – обобщение потребностей трудовых ресурсов, создание структур и персонала, назначений, резервов, трансфертов;
- информационная политика – создание и поддержка движения информационной системы персонала [2, с. 164].

Для формирования эффективной кадровой политики важно также учесть факторы, присущие внешней и внутренней среде предприятия и которые

оказывают непосредственное влияние на его функционирование и развитие, представленные на рис. 1.

Как правило, процесс формирования кадровой политики на предприятии проходит несколько этапов. Ученые выделяют три этапа: нормирование, программирование и мониторинг персонала [1, 3]. Однако, после проведения вышеприведенных этапов следует в дальнейшем провести этап официального утверждения кадровой политики предприятия, осуществить этап информирования коллектива, а также провести сбор отзывов и идеи возможного улучшения кадровой политики. На последнем этапе формирования кадровой политики следует провести оценку эффективности ее реализации путем анализа финансовых ресурсов на внедрение определенного типа кадровой стратегии.

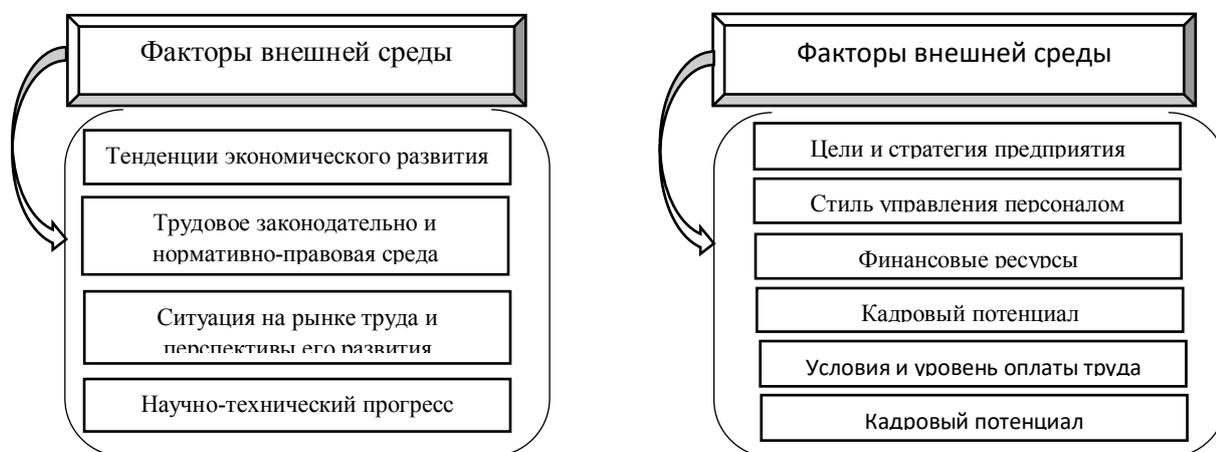


Рисунок 1 – Факторы формирования кадровой политики предприятия

Важно также исследовать ряд современных проблем, возникающих при формировании кадровой политики на предприятии. Среди наиболее распространенных проблем выделяют следующие:

- отсутствие квалифицированных работников, что в результате приводит к низкому качеству выполняемых работ;
- высокая текучесть кадров на предприятии;
- неувязка организации отбора и найма персонала - руководству предприятия необходимо создать все условия для привлечения таких кадров, в которых их личные характеристики, навыки, знания будут отвечать целям предприятия.

Для решения различных проблем на предприятии формируется механизм реализации кадровой политики. Механизм реализации кадровой политики предприятия представляет собой систему планов, норм и нормативов, организационных, административных, социальных, экономических и других мер, направленных на решение кадровых проблем и удовлетворение потребностей предприятия в персонале [1].

На основе вышеизложенного приведем определенные рекомендации по решению указанных выше проблем при формировании кадровой политики предприятия, которые могут являться составной частью механизма реализации кадровой политики:

- формирование стратегических подходов и методов организации отбора и найма персонала;
- организация подготовки и переподготовки, повышения квалификации рабочих;
- создание всех необходимых условий развития человеческого потенциала на предприятии;
- разработка подходов к эффективному управлению персоналом как условию эффективного и рационального размещения, использования и обеспечения работников, что обеспечит профессиональный рост;
- развитие социально-трудовых отношений между персоналом и руководством относительно функционирования и развития трудового персонала, условий найма и социальной защиты;
- создание эффективной системы стимулирования труда персонала, которая включает моральные и материальные стимулы.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что важную роль в управлении персоналом предприятия играет кадровая политика. Кадровая политика, прежде всего, направлена на закрепление лидирующих позиций на рынке и достижение стратегических целей предприятия.

Список использованных источников

1. Борщ В.И. Формирование и реализация кадровой политики на предприятиях / В. И. Борщ, В. В. Белякова // Рыночная экономика: современная теория и практика управления. – 2017. – Т. 16, вып. 3. – С. 175-187. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2017_16_3_16
2. Гребеник Л.Г. Формирование кадровой политики в условиях динамичной внешней среды / Л.Г. Гребеник, Е.Ю. Кравченко, Ю.А. Чичерин // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – 2(25). – С. 162-166.
3. Погребняк А. Ю. Разработка кадровой политики как одно из основных направлений менеджмента персонала предприятия / А. Ю. Погребняк, И. М. Линник // Эффективная экономика. – 2018. – № 10. – Режим доступа: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2018/68.pdf

Зевакина С.Н., ст. преподаватель,
Захаров А.Э.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РФ И СТРАН АСЕАН

Для анализа и оценки международного сотрудничества Российской

Федерации и стран АСЕАН целесообразно, прежде всего, охарактеризовать существующие на данный момент механизмы взаимодействия между сторонами. Так, Россия и АСЕАН сотрудничают через два важных механизма – диалоговое партнёрство АСЕАН и многосторонние совещания Азиатско-Тихоокеанского региона.

Диалоговое партнёрство России и АСЕАН является важным механизмом в развитии сотрудничества с партнёрами вне региона Юго-Восточной Азии. Через этот механизм страны АСЕАН начали сотрудничать с середины 1990-х гг. Политическая и экономическая активность между Россией и АСЕАН находилась на низком уровне. После начала 2000-х гг. был подписан ряд соглашений и договоров, послуживших основой для двустороннего сотрудничества, и создавшие механизмы для партнёрства. К этим механизмам относятся:

1. Саммиты «Россия – АСЕАН». Саммит проводится на высшем уровне с участием руководителей России и стран АСЕАН. На данный момент всего было проведено три саммита, в 2005, 2010 и 2016 г. Во время первого саммита были подписаны Договоры о сотрудничестве России и АСЕАН в области экономики и развития, Декларация о развитии и всеобъемлющем партнёрстве, Программа действий по развитию сотрудничества России и АСЕАН на 2005-2015 гг. Данные документы были направлены на укрепление взаимовыгодного партнёрства в сферах экономики, политики и безопасности. В ходе саммита 2010 г. была достигнута договорённость о создании группы видных деятелей России и АСЕАН, в которую вошли представители дипломатических, академических и деловых кругов. В задачу группы входили анализ взаимоотношений РФ и АСЕАН и определение перспектив развития стратегического партнёрства. Третий саммит состоялся в 2016 г. в Сочи. Результатом саммита стала Сочинская декларация, принятая по итогам обсуждения международных проблем. Участники саммита высоко оценили успехи партнёрства России и АСЕАН за 20 лет, с 1996 г., в сфере политики и безопасности, торговли и экономики, культуры, контактов между гражданами. Было подчёркнуто, что сотрудничество способствует обеспечению мира, стабильности и процветания Тихоокеанского региона.

2. Постминистерские совещания. Ежегодные встречи министров иностранных дел России и АСЕАН проводятся с 1996 г. с целью обсуждения вопросов взаимовыгодного сотрудничества и мира.

3. Совещания старших должностных лиц. Встречи заместителей министров иностранных дел АСЕАН и России проводятся раз в полтора года с 1998 г. В настоящее время существуют совещания старших должностных лиц по транснациональной преступности, по экономическим вопросам, по энергетике и по вопросам информационно-коммуникационных технологий.

4. Совместный планово-распорядительный комитет Россия – АСЕАН. Комитет уделяет особое внимание рассмотрению совместных проектов России и государств АСЕАН. Функционирует с 2005 г. Его целью является оценка развития совместных проектов России и АСЕАН.

5. Совместный Комитет Сотрудничества России – АСЕАН (СКА). Работает с 1997 г. Является центром координации деятельности механизмов сотрудничества России и АСЕАН. Комитет ежегодно обсуждает, определяет и реализует совместные проекты сотрудничества России с АСЕАН.

6. Московский комитет АСЕАН (МКА), созданный в 1996 г. Состоит из представителя МИД России и 10 послов государств АСЕАН в Москве. Задача комитета направлена на обсуждение политических и дипломатических вопросов между Россией и АСЕАН, и координацию своих решений с другими отраслевыми органами.

7. Рабочие группы и консультации в разных сферах сотрудничества, такие как рабочие группы по противодействию терроризму, по энергетическому сотрудничеству, научно-техническому сотрудничеству, экономическому сотрудничеству.

8. Деловой совет Россия – АСЕАН. Состоит из торгово-промышленной палаты России и Конфедерации торгово-промышленной палаты АСЕАН. Его задача – способствовать развитию торговли и бизнеса.

9. Финансовый фонд диалогового партнерства Россия – АСЕАН, задачей которого является финансирование совместной проектной деятельности в приоритетных направлениях, таких как энергетика, наука и технологии, туризм. Создан в 2006 г. С 2007 по 2010 гг. Россия суммарно внесла 2 млн. долл. На девятом заседании совместного комитета сотрудничества Россия – АСЕАН, состоявшемся 7 апреля 2011 г., российским руководством было принято решение ежегодно перечислять 1,5 млн. долл. в финансовый фонд диалогового партнёрства Россия - АСЕАН.

Помимо диалогового партнерства Россия и АСЕАН тесно сотрудничают через многосторонние совещания АСЕАН. В последнее время АСЕАН создала и участвовала во всех многосторонних организациях Азиатско-Тихоокеанского региона – Региональном форуме АСЕАН, Восточноазиатском саммите формата «АСЕАН+», форуме «Азия – Европа». Россия была приглашена в эти структуры с целью укрепления взаимовыгодного сотрудничества.

В настоящее время Россия и АСЕАН сотрудничают через описанные выше механизмы для сохранения совместных интересов. По мнению АСЕАН, особая роль России в многосторонних совещаниях Азиатско-Тихоокеанского региона заключается в том, чтобы уравнивать КНР и США, оказывающие большое давление на входящие в АСЕАН страны. Поэтому многосторонние совещания в рамках АСЕАН с присутствием в них России являются важным элементом процесса формирования баланса сил. На данный момент многосторонние совещания АСЕАН с участием России состоят из следующих форматов:

1. Региональный форум АСЕАН по безопасности, являющийся одним из важных инструментов в обеспечении безопасности и стабильности в Юго-Восточной Азии. Был создан в 1994 г. в Бангкоке с целью обсуждения и решения актуальных проблем безопасности в Азиатско-Тихоокеанском регионе и в мире в целом. Сам форум базируется на принципах доверия, превентивной

дипломатии и поиске мирного решения проблемы. Форум не является площадкой для урегулирования конфликтов, в первую очередь это коммуникативный орган, где участники обмениваются мнениями, информацией. Россия вступила в этот форум в 1994 г. и способствовала в разрешении таких конфликтов, как проблема Восточного Тимора и Мьянма.

2. Форум «Азия – Европа» (Asia-Europe meeting), сокращённо АСЕМ, являющийся трансрегиональным форумом между европейскими и азиатскими государствами. Идея создания организации принадлежит Франции и Сингапуру. Существует с 1996 г. Цель организации это укрепление взаимоотношений и сотрудничества между государствами. АСЕМ выступает за создание баланса сил в Европе и Азии путём уменьшения влияния США в данных регионах. отношениями».

3. Восточно-Азиатский саммит (East Asia Summit), или ВАС, является ещё одним механизмом обеспечения безопасности в Юго-Восточной Азии. Идея организации принадлежит премьер-министру Малайзии Махатхиру Мохамату, предложившему в 1991 г. создать «Восточно-Азиатскую экономическую группу», в которой бы участвовали государства АСЕАН, КНР, Республика Корея и Япония. Но так как США и Япония отказались участвовать в подобной организации, то об идее временно забыли. О создании организации вспомнили в 1997 г. после начала экономического кризиса. Представители АСЕАН, Республики Корея, КНР и Японии встретились на саммите АСЕАН в том же году с целью реализации идеи о создании Восточно-Азиатского сообщества. Встреча получила название АСЕАН+3. В 2000 г. встреча АСЕАН+3 была переименована в Восточно-Азиатский саммит.

Подводя итог, можно сказать, что благодаря разработанной с 1990-х гг. обширной правовой базе АСЕАН и Россия имеют достаточно механизмов для двустороннего сотрудничества. Россия занимает важное место в созданных АСЕАН организациях, например, в ВАС и АСЕМ. Также позиция России относительно некоторых вопросов безопасности вызывает у стран АСЕАН большой интерес. Можно заявить, что Россия и АСЕАН являются полноценными политическими партнёрами. Но, к сожалению, экономические показатели не соответствуют потенциальным возможностям сторон, а Россия отдаёт приоритет политическому, а не экономическому сотрудничеству. Для АСЕАН же экономическое сотрудничество также важно, как и политическое.

Список использованных источников:

1. Association of Southeast Asian Nations. ASEAN Regional Forum. URL: <http://asean.org/asean-political-security-community/asean-regional-forum-arf/>
2. Rodolfo C. Severino. Singapore: Institute of Southeast Asia Studies., 2018. - 171 с.

Иваненко И. А., к.э.н., доц.,
Шеремета Ю. Д.
*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова», г. Симферополь*

СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ СО СТРАНАМИ БРИКС

Для взаимовыгодного партнерства, обеспечения финансовой, социальной стабильности в странах с разным географическим положением было создано объединение БРИКС.

БРИКС (англ. BRICS) – союз из пяти стремительно развивающихся стран: Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика [1, с. 5]. В ноябре 2001 года экономист-аналитик крупнейшего в мире инвестиционного банка Goldman Sachs Groupe) Джим О’Нил предложил сокращение БРИК в своей аналитической записке. Так до 2011 года аббревиатура организации состояла из четырех заглавных букв БРИК. Но в связи с вступлением Южно-Африканской Республики в союз БРИК 18 февраля 2011 года, объединение стало называться БРИКС [7].

Участников БРИКС можно охарактеризовать как наиболее быстроразвивающиеся крупнейшие страны. Привилегированное положение этим странам-участницам обеспечивает наличие в них огромного количества важных для международной экономики ресурсов в промышленной, сельскохозяйственной, трудовой сферах [1].

На собрании глав МИД БРИКС, на площадке сессии Генеральной Ассамблеи ООН в Нью-Йорке, министр иностранных дел Китая, китайский политик Ван И сказал, что страны БРИКС должны решительно защищать международную систему, ядром которой является ООН, и, обеспечивать ведущую роль ООН в международных делах». [9]

Среди главных направлений, из которых заключается деятельность БРИКС, следует выделить:

- формирование возможностей доступа на рынки и расширение взаимосвязей между рынками;
- поддержка совместной торговли с развитием благоприятных условий для инвесторов и предпринимателей;
- усиление регулирования макроэкономической политики и улучшение устойчивости к внешним финансово-экономическим рискам;
- взаимобмен информацией через программные базы БРИКС. [2]

Исходя из этих приоритетных направлений становятся очевидными преимущества объединения БРИКС, которые представлены в таблице.

Преимущества объединения стран БРИКС

Страна	Преимущества
Россия	- сельское хозяйство - интеллектуальные ресурсы - минеральные ресурсы
Китай	- сельское хозяйство - мощная промышленность - цифровая экономика
Индия	- интеллектуальные ресурсы - природные ресурсы
Бразилия	- сельское хозяйство - интеллектуальные ресурсы
ЮАР	- интеллектуальные ресурсы - природные ресурсы

Рассмотрев таблицу, можно сделать вывод, что сплочение этих пяти стран в один союз достаточно выгодно.

Что касается доли в мировом ВВП стран БРИКС, в декабре 2020 года ВВП составил 33,4 %. По сравнению с 2010, 2000, 1992 годами заметен рост ВВП, что видно на рисунке.

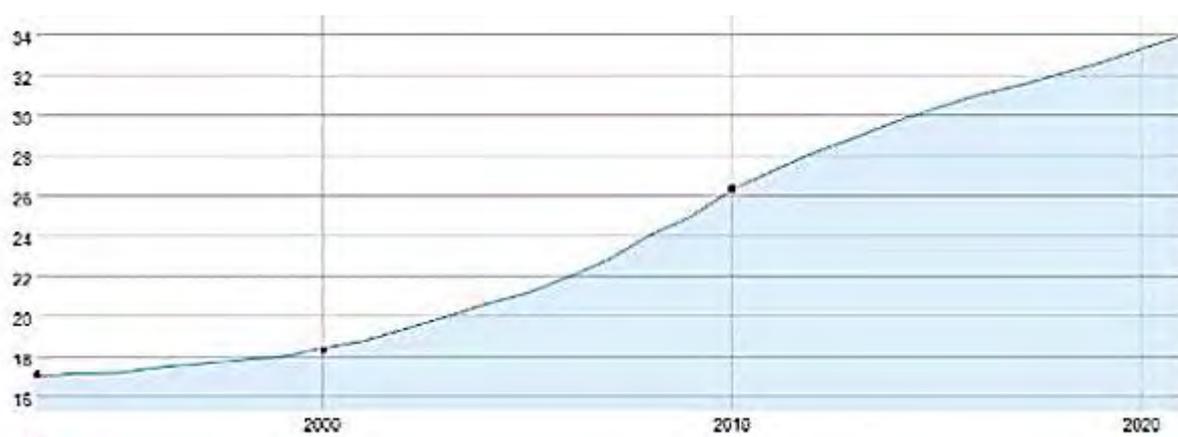


Рисунок. Доля стран БРИКС в мировом ВВП в 1992-2020 годах, % [4]

В 2020 году Новый банк развития БРИКС утвердил пять новых законопроектов в Бразилии, России и Африки на общую сумму 2,7 млрд. дол. Российский проект предполагал расширение и развитие сотовой связи и облачных интернет-сервисов. 300 млн. дол. было выделено Новому банку развития БРИКС на данный проект [6, 8].

Еще немаловажное преимущество сотрудничества России с БРИКС – это партнерство в сфере промышленности, развитии новых технологий, получение множества возможностей в будущем, таких как реализация и выполнение прикладных и общих фундаментальных программ, всецело поддерживаемых странами-участницами БРИКС. Также предполагается создание технологического сектора, который смог бы реализовать

общепроизводственную способность в металлургической среде [3].

Одновременно с этим в последние годы периодически рассматривается внедрение единой валюты для всех членов БРИКС, которая вполне может стать конкурентом доллару [5]. Кроме того, если в будущем БРИКС расширится путем вступления в объединение других стран, как, например, Мексика и Корея, то экономический потенциал, ресурсы, технологии БРИКС еще больше приумножатся, что очень выгодно и для России. Это позволит сделать международную финансовую систему более стабильно-устойчивой.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что основа союза способна перевернуть распределение сил в мире и в значительной степени ослабить влияние не только США, но и Западных стран. Также справиться с такими проблемами в уровне финансово-экономического развития, в сфере политических и мировоззренческих понятий, ведущих за собой несоответствие круга интересов по обсуждаемым вопросам, а также различие в аналитическо-экономических механизмах рассматриваемых стран, в строении их экономики и в перспективах развития внешнеэкономических и внешнеполитических взаимоотношений. Несмотря на возможные трудности, не стоит упускать из виду значительный рост во взаимодействии стран и их заметное желание развивать дальнейшее кооперирование. Эти страны сотрудничали до вступления в БРИКС, сотрудничают и по сегодняшний день. Они занимают исключительное положение в мире, объединение усилий и дальнейшее партнерство дадут им право занять соответствующее место в мировой системе.

Список использованных источников

1. Авдокушин Е. Ф., Жариков М. В. Страны БРИКС в современной мировой экономике. – М.: Магистр : Инфра-М, 2016. – 480 с.
2. Бычкова Л. В. БРИКС как феномен мультиполярности современного мира и продукт глобализации // Науч. Альманах Центр Черноземья. – Курск, 2014. – №1. – С. 25-27.
3. Вергун А. Н. Сотрудничество стран БРИКС как новый формат интеграционного процесса // Вестн. МГИМО – Университета.– М., – 2013. – №5. – С. 153-161.
4. Голдстоун Д. Ж. Подъем стран ТИМБИ // Комплексный системный анализ, математическое моделирование и прогнозирование развития стран БРИКС: предварительные результаты.– М., – 2014. – С. 357-364.
5. Глобализация и международная экономическая интеграция: научное издание / Вятский социально-экономический институт ; ред.: Е. Ф. Евдокушин, В. С. Сизов. – М. : Магистр; Инфра-М, 2017 – 320 с.
6. Банк БРИКС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10278475>
7. Джим О’Нил [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/lichnye-dengi/tsennye-bumagi/73106-dzhim-o-nil-rossiya-stradaet-tyazheloi-formoi-gollandskoi-bolezni>

8. Светличный А. И. Устойчивое развитие и Новый банк развития БРИКС: анализ и перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vgmu.hse.ru/data/2018/04/05/1164630854/Светличный%201-2018.pdf>

9. Страны БРИКС должны уверенно нести знамя мультилатерализма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tvbrics.com/news/strany-briks-dolzheny-uverenno-nesti-znamya-multilateralizma-van-i/?sphrase_id=2677

Колос И.В., ст. преподаватель,
Клочкова А.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: ФОРМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Трансформационные процессы перманентно вносят коррективы в определения ключевых экономических терминов. Не является исключением и термин «мировая экономическая система», который, в современной трактовке, представляет собой многоуровневую цепь отношений глобальных игроков, реализующаяся с помощью гибкой системы международных экономических отношений и деятельности множества акторов.

Динамизм глобальной конъюнктуры обуславливает отсталость существующих форм и моделей развития международных экономических отношений, делая их фрагментарными и неустойчивыми. В общем виде, мировая экономика как система обладает следующими общими свойствами, которые, однако, могут не распространяться на многие секторы экономики:

- Целостность (взаимосвязь элементов мирового хозяйства);
- Структурность (наличие определенной структуры между процессами и компонентами мирового хозяйства);
- Иерархичность (подчинение одних стран другими, обусловленное уровнем их экономического развития);
- Динамизм (непрерывное развитие системы международных экономических связей);
- Наличие общей цели (улучшение уровня жизни населения, обеспечение прибыли производителей, ускорение темпов роста производства и т.д.).

Наряду с общими свойствами и параметрами, система международных экономических отношений имеет также ряд специфических признаков, основными из которых являются:

- Обособленность субъектов международных экономических отношений в национально-хозяйственной форме;
- Один из участников отношений является нерезидентом;
- Трансграничный характер сделок, который связан со всеми стадиями общественного воспроизводства;
- Отношения имеют товарно-денежную форму;

– Один из главных инструментов МЭО в современных условиях – обмен информацией и технологиями [1].

Общие и специфические свойства международных экономических отношений имеют истоки в процессах международного разделении труда.

Глубина процессов специализации и кооперации, в ретроспективе и на современном этапе развития мировой экономической системы, обуславливает наличие следующих форм международных экономических отношений:

- международная торговля товарами и услугами – первая и наиболее распространенная форма МЭО, представляющая собой комплекс товарно-денежных отношений между странами;

- международное кредитование - совокупность операций по перемещению капиталов в различных формах и на определенных условиях. В качестве кредиторов и заемщиков могут выступать кредитно-финансовые учреждения, организации различных форм собственности, национальные государства, международные финансовые институты и т.п.;

- международная миграция – регулируемые межстрановые потоки населения, преимущественно, в целях трудоустройства и повышения качества жизни;

- международное научно-техническое сотрудничество - одна из наиболее сложных и динамичных форм МЭО на современном этапе. Активно используется крупнейшими акторами международного бизнеса с целью развития сети своих филиалов и проникновения в наиболее перспективные регионы;

- международные валютно-финансовые отношения - широкий спектр операций, связанный с хождением валют и обслуживанием взаимного обмена результатами деятельности хозяйствующих субъектов.

На сегодня, основные тенденции функционирования и развития МЭО имеют вектор на диверсификацию и углубление глобализационных процессов, транснационализацию цикла общественного воспроизводства и активное перемещение традиционных сфер МЭО в диджитал (см. рис. 1).

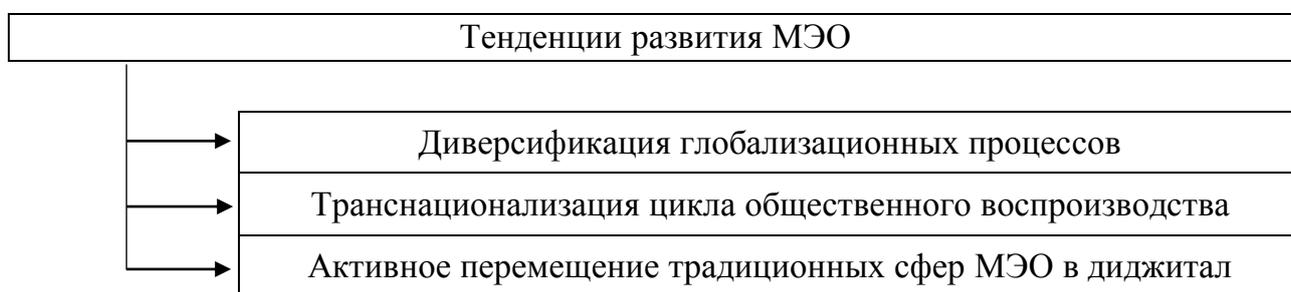


Рисунок 1 – Современные тенденции развития и функционирования международных экономических отношений

Глобализация представляет собой высшую ступень интернационализации мировой хозяйственной жизни. Основными элементами глобализации являются

транснациональное производство, глобальная финансовая система и единое информационное пространство.

Основными признаками проявления глобализации являются:

1. Усиление влияния ТНК, контролирующих около половины промышленного производства и международной торговли;
2. Информационно-технологическая революция, характеризующаяся ускоренным развитием технологий в сфере кибернетики, электроники и спутниковых систем связи;
3. Переход МРТ от межотраслевого к внутриотраслевому и единичному;
4. Увеличение роли международных организаций, таких как ВТО, МВФ;
5. Углубление международного сотрудничества с целью решения глобальных проблем.

Процесс глобализации имеет положительные стороны, среди них развитие экономики, увеличение производительности, повышение качества товаров, совершенствование в развитии научно-технического прогресса, что содействует экономическому развитию всех стран мира.

Среди негативных сторон: растущий разрыв в уровне благосостояния, ухудшение экологической ситуации в мире, неравномерное распределение процесса глобализации к увеличению безработицы. С ростом осознания в мире сложностей глобализации связано выдвижение в последнее время на крупных международных форумах идеи "глобализации с человеческим лицом".

Процессы транснационализации имеют макро- и микроуровневые срезы, которые проявляются в различиях субъектов, направлений выхода и государственной политике. В широком смысле, транснационализация является наиболее зрелой стадией процесса интернационализации экономической деятельности, характеризующаяся перемещением капитала через границы страны-происхождения, которое выражается в формировании международных по характеру своей деятельности, но национальных по сохраняемому над акционерным капиталом контролю, организационных бизнес-структур.

Транснационализация мирового хозяйства стала возможной благодаря возникновению и развитию следующих факторов:

- внедрению прогрессивной техники и технологии на основе НТП;
- развитию логистического комплекса и коммуникационных сетей;
- унификации правил учета и отчетности, а также политик национального и наднационального регулирования;
- возникновению электронных торговых платформ.

Одной из современных тенденций развития МЭО также является цифровизация, которая рассматривается как ключевая технология, ведущая к индустриальной революции.

Немецкий экономист Клаус Шваб в книге «Четвертая индустриальная революция» описывает особенности нового этапа цифровизации, с помощью которого становится возможным: использование новейших технологий для хранения больших объемов данных, внедрение искусственного интеллекта в

процессы обработки данных, интеграция физической, цифровой и биологической сфер жизнедеятельности [2].

Новые технологии способны трансформировать услуги связи (телекоммуникации), услуги управления бизнес-процессами (программирование, логистика, оформление документов), финансовые и образовательные услуги.

Новый этап цифровизации способствует расширению и углублению МЭО.

Таким образом, МЭО являются предпосылкой формирования мирового хозяйства и рассматриваются как результат развития мировой экономики, имеющий свои особенности, формы и тенденции развития.

Список использованных источников:

1. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Изд. 2-е, доп. и перераб. / Е. В. Чучулина; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020, - 171 с.

2. Шваб Клаус. Четвертая промышленная революция: перевод с английского – Москва: Издательство «Э», 2016 г. – 208 с

Кравченко Е.С., к.э.н., доцент
ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вопросы формирования эффективной бизнес-модели предприятия сегодня являются предметом активных научных дискуссий ученых и практиков. В современной научной литературе существует значительное количество различных подходов к определению как сущности самого понятия «бизнес-модель», выделению структурных элементов и рекомендаций по продвижению ценности предприятия. Однако, при изменении требований внешней среды старые бизнес-модели оказываются неуспешными. Дальнейшее применение неэффективных бизнес-моделей и медлительность при ее трансформации могут привести предприятия к существенным финансовым потерям и риску выхода с рынка.

Учет особенностей ведения бизнеса на динамических рынках позволяет субъектам предпринимательства избегать традиционных ошибок и успешно конкурировать. Отсутствие системного анализа и разработанной концепции управления развитием предприятием на таких рынках усложняет понимание особенностей выбора бизнес-модели и принятие соответствующих управленческих решений. Их важность обусловлена существенным влиянием современных трансформационных процессов на экономику Донецкой

Народной Республики, что требует существенного расширения исследований проблем формирования качественно новых структур и методов описания бизнес-моделей предприятий.

При выборе наиболее эффективной бизнес-модели в условиях динамичного и сложнопрогнозируемого рынка актуализируется задача генерации альтернативных сценариев бизнес-модели и проведение их поликритериальной оценки, разработки действенной технологии выбора с использованием соответствующих методов и приемов.

За последнее десятилетие в мировой экономике значительно возросла роль инновационной деятельности бизнес-структур, что прежде всего связано с возникновением качественно новых потребностей потребителей. Современные потребители становятся более требовательными к качеству услуг и процессу обслуживания, они желают быть вовлеченными в процесс создания потребительской ценности, решения о покупке товара или услуги в основном принимают взвешенно, на основе собранной и проанализированной информации, они обладают современными техническими средствами и мобильными устройствами для получения и передачи информации и т.п. При этом, современные потребители могут по-разному воспринимать ценностное предложение. Для этого предпринимательским структурам целесообразно формировать культуру потребления и осуществлять сегментирование целевого рынка.

Бизнес-модели описывают основную логику того, как предприятие создает и фиксирует ценность инноваций [2, 6]. Бизнес-модели являются достаточно важными для успешных предприятий, поскольку они способствуют повышению конкурентоспособности [5], помогают коммерциализировать соответствующие ценностные предложения [9]. Ученые описывают различные строительные блоки, составляющие бизнес-модель (например, Osterwalder and Pigneur [8]). Известный и используемый метод предложенный Остервальдером и Пинье состоит из девяти строительных блоков: ценностного предложения, партнерских сетей, клиентского сегмента, взаимоотношений с клиентами, каналов сбыта, ключевых ресурсов, потоков доходов и структуры затрат и направлений деятельности. Примерами движущих сил для изменения бизнес-моделей являются новаторское использование ресурсов, внедрение нового товарного предложения или просто новая идея [4].

С учетом вышеизложенного, при описании бизнес-модели предприятия важным является привлечение персонала, как носителя интеллектуального капитала, помогающего создавать новые эффективные бизнес-идеи. Большую роль играет также сбор и анализ данных о поведении потребителей. Обобщая существующие научные положения предлагается авторское видение ключевых аспектов формирования бизнес-модели предпринимательской структуры (рис. 1).



Рис.1. Ключевые аспекты описания бизнес-модели предприятия

Следует отметить, что каждая нестандартная ситуация требует нестандартных решений, а нестандартные решения умения взглянуть на вещи по-другому. Инструменты описания бизнес-модели – это «граничные объекты», которые способствуют обмену идеями относительно формирования бизнес-модели между заинтересованными сторонами [1]. Сегодня достаточно популярным является шаблон «Business Model Canvas» [8]. Исследования также показывают, что достаточно эффективными являются инструменты бизнес-модели на основе холста; они помогают описывать, документировать и передавать идеи бизнес-моделей [3]. Эффективность бизнес-модели может быть обеспечена только путем ее постоянного совершенствования, поскольку прогресс означает гармонию между новизной и повторным использованием. В данном контексте, следует согласиться с физиком Ричардом Фейнманом, который утверждает: «...чтобы добиться прогресса, нужно оставить дверь в неизвестность приоткрытой».

Список использованных источников:

1. Bouwman H., Nikou S., Molina-Castillo F. J., De Reuver M. The impact of digitalization on business models. Digital Policy, Regulation and Governance. – 2018. – №20(2). P. 105–124. URL: <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2017-0039>.
2. Cavalcante S. A. Preparing for business model change: The “pre-stage” finding. Journal of Management and Governance. 2014 – №18(2). – P. 449–469. URL: <https://doi.org/10.1007/s10997-012-9232-7>.

3. Chandra Kruse L. Nickerson J.V. Portraying Design Essence. Paper presented at the 51st Hawaii international conference in system science (HICSS). URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3039322>
4. De Reuver M., Athanasopoulou A., Haaker T., Roelfsema M., Riedle M., Breitfuss G. Designing an ICT tool platform to support SME business model innovation: Results of a first design cycle. In Proceedings of 29th bled eConference: Digital economy, 2016. – P. 556–570.
5. Demil B., Lecocq X., Ricart J. E., Zott, C. Introduction to the special issue: Business models within the domain of strategic entrepreneurship. Strategic Entrepreneurship Journal. – 2015 №9(1). – P. 1-1. URL: <https://doi.org/10.1002/sej.1194>.
6. Fielt E. Conceptualising business models: Definitions, frameworks and classifications. Journal of Business Models. 2014 – №1(1). – P. 85–105. URL: <https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v1i1.706>.
7. Khanagha S., Volberda H., Oshri I. Business model renewal and ambidexterity: Structural alteration and strategy formation process during transition to a cloud business model. R&D Management. – 2014. - №44(3), P. 322–340. URL: <https://doi.org/10.1111/radm.12070>.
8. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley en Sons Ltd. – 2010. – 282 p. URL: <https://doi.org/10.1523/jneurosci.0307-10.2010>.
9. Simmert B., Ebel P. A., Peters C., Bittne, E. A. C., Leimeister J. M. Conquering the challenge of continuous business model improvement. Business and Information Systems Engineering. – 2019. – №61, P. 451–468. URL: <https://doi.org/10.1007/s12599-018-0556-y>.

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

МИРОВОЙ РЫНОК ССУДНЫХ КАПИТАЛОВ

Одной из важных характеристик современных мирохозяйственных связей является быстрый рост международного кредита, превращение мирового рынка ссудных капиталов на центральный элемент международных экономических отношений. Ведь интернационализация производства и капитала, расширение сферы деятельности транснациональных корпораций требуют не только свободного обмена одной валюты на другую, но и сильных источников бесперебойного международного финансирования, относительно независимых от национальных систем. Именно поэтому достаточно значительного развития приобрел мировой рынок ссудных капиталов как система отношений по аккумуляции и перераспределению заемного капитала между странами, что является совокупностью кредитно-финансовых учреждений и фондовых бирж, которые предоставляют займы и кредиты иностранным контрагентам. С одной

стороны, он может рассматриваться как часть мирового рынка, который обслуживает движение факторов производства, а с другой – мировой рынок ссудных капиталов отражает отношения, представленные механизмом привлечения сбережений и превращение их в инвестиции, и процесс аккумуляции свободных денежных ресурсов [1].

Процесс реализации многостороннего сотрудничества между странами сопровождается движением денег и денежного капитала. Эти процессы имели место и раньше, потому что товарообмен между странами требовал расчетов деньгами, а избыток денежного капитала в одной стране искал возможностей для прибыльного вложения в другой.

Но в современных условиях возросли как масштабы таких денежных потоков, так и их значение для решения стратегических и тактических задач, стоящих перед той или иной страной. Все это в конце концов привело к формированию международного рынка капиталов, на котором аккумулируются временно свободные денежные средства разных стран и в то же время имеет место их использования (на определенных условиях) теми странами, которые требуют таких средств.

Мировой рынок капиталов (в широком смысле этого слова) – это совокупность международных экономических отношений, которые складываются в связи с движением денег и денежного капитала между различными странами.

Мировой рынок капиталов характеризуется усилением финансовой зависимости стран мира, интенсификацией движения капиталов, развитием рынка еврооблигаций, ростом потребностей в финансовых ресурсах стран-нетто-импортеров капитала для внедрения реформ посткризисного восстановления хозяйства, усилением интеграционных тенденций на мировом финансовом рынке. Имеющиеся на сегодня тенденции ограниченности финансовых ресурсов, невозможности их эффективного аккумулирования и распределения на внутренних финансовых рынках в первую очередь развивающихся стран, стран с переходной экономикой актуализирует потребность оценки современных условий и особенностей функционирования Мирового рынка капиталов.

На этом рынке государство, или его субъекты хозяйствования могут получить займы от иностранных кредиторов. Названный рынок не возникает внезапно, а постепенно формируется на основе развития кредитных операций между отдельными странами. Уже в XVIII в. займы у иностранцев делают отдельные государства, а иногда и непосредственно субъекты хозяйствования. Однако в те времена такие операции были редкими и нерегулярными, и только в конце XIX — начале XX века такие займы приобретают регулярности и значительных масштабов.

Дальнейшее развитие рыночных отношений, постепенная интернационализация хозяйственной деятельности привели к значительному распространению соглашений о предоставлении займа государству или его резидентам со стороны иностранных кредиторов. Как правило, такие операции

осуществлялись на территории стран, субъекты которых давали заем. Эти операции и привели к возникновению международного рынка ссудных капиталов. Сначала он не имел определенного международного центра и формировался как совокупность национальных рынков, на которых осуществляются операции займы у иностранных кредиторов, но такие национальные рынки были еще слабо связаны между собой[2].

К основным характеристикам современного движения капитала относятся:

- увеличение количества стран, участвующих в иностранных инвестициях;

- отнесение к группе стран, преимущественно принимающих капитал таких стран как США, Ирландия, Португалия, Италия, Великобритания, Турция, страны, развиваются; в страны, которые преимущественно вывозят капитал-Япония, Франция, Германия;

- смена лидеров в осуществлении иностранных инвестиций (страны Европейского Союза, Япония);

- изменение форм движения капитала (преобладание вывоза портфельных инвестиций)

- рост роли государства, которое часто выступает инвестором, а также стимулирует, контролирует инвестиционную деятельность;

- увеличение роли в международном движении капиталов транснациональных банков (ТНБ) и транснациональных корпораций (ТНК).

Можно выделить черты (тенденции), характеризующие современное состояние и структуру мирового рынка заемных капиталов в соответствии с его основными составляющими:

- 1) функциональная структура мирового рынка заемных капиталов характеризуется активизацией процесса секьюритизации, развитием международного рынка ценных бумаг;

- 2) институциональная структура мирового рынка заемных капиталов характеризуется снижением роли банков, повышением роли государства в экспорте капитала; ростом роли международных экономических и валютно-финансовых организаций;

- 3) географическая структура мирового рынка ссудных капиталов характеризуется превышением ввоза капитала в развитые страны над ввозом капитала в развивающиеся страны; усилением движения частного капитала между экономически развитыми странами; уменьшением роли развивающихся стран на рынке капитала;

- 4) валютная структура мирового рынка заемных капиталов характеризуется повышением объема и роли облигационных займов, выраженных в иностранной валюте, на еврорынке валюты; уменьшением роли доллара США на мировом рынке ссудных капиталов.

Перспективным направлением развития международного рынка ссудных капиталов является рост объемов инвестиций на международном долговом

рынке, увеличение привлекательности долговых инструментов развивающихся стран.

Учитывая определенные современные характеристики состояния и структуры мирового рынка заемных капиталов, недостаточные объемы иностранного частного капитала в России, ограниченность внутренних финансовых ресурсов, можно определить актуальную потребность повышения роли государства на международном рынке заемного капитала. Государственные еврооблигационные заимствования, при условии их эффективного использования, могут стать важным альтернативным источником ресурсного обеспечения реализации бюджетных программ и экономических реформ [3].

Еврорынок сформировался как рынок, на котором вращаются финансовые ресурсы, поступившие из других стран и уже утратившие свою национальную принадлежность. Это валюта как отдельных стран, так и коллективная (например евро), находящаяся в обращении в основном в Европе. По названию основной валюты, что находится в состоянии интернациональной, а это доллар, такой рынок еще называют рынком евродолларов. Те ценные бумаги, которые выпускаются на этом рынке банками, или другими институциональными учреждениями, называют еврооблигациями.

Изначально название «еврорынок» в определенной степени соответствовало географической привязке этих международных операций. Объектом торга на этих рынках было золото, а также евродоллары, находившиеся в обращении за пределами села. Впоследствии к кредитным операциям привлекаются евромарки, еврофранки и другие валюты, а сам рынок распространяется на Азию, Латинскую Америку, Ближний Восток, где возникают свои центры торговли ссудным капиталом. Однако понятие «еврорынок» сохраняется и по сей день, хотя и не имеет уже географического оттенка, потому что охватывает кредитные операции далеко за пределами Европы.

В общей структуре мирового рынка ссудного капитала выделяют следующие сектора:

– мировой валютный рынок, характеризующийся краткосрочностью (сделки здесь складываются на срок не более одного года). Его довольно часто называют рынком синдицированных, или консорциальных кредитов, потому что эти кредиты предоставляют преимущественно банковские синдикаты и консорциумы. Объектом сделок здесь выступает иностранная валюта, а формой организации кредитов чаще всего бывают: межбанковские депозиты, депозитные сертификаты, векселя, банковские акцепты и тому подобное;

– мировой рынок средне – и долгосрочных займов. Он характеризуется тем, что кредитор предоставляет займ часто в иностранной для кредитора валюте. Особенностью этого рынка является также то, что долгосрочные кредиты очень часто предоставляются под гарантии государства, резиденты которого берут займ;

– мировой финансовый рынок — это рынок облигационных займов. Облигации выпускаются на срок от 7 до 15 лет, но есть займы со сроком до 30 лет. Предоставление таких займов, как правило, предполагает привлечение к кредитованию крупных банков, которые чаще всего образуют международные консорциумы;

– мировой рынок золота. По сути, это товарный рынок, но на этом рынке продается и покупается особый товар, который хоть и утратил функции общего международного эквивалента в связи с демонетизацией золота, однако остается важным элементом в мировом движении валюты [4].

Список использованных источников

1. Мировая экономика: Учебник / Под ред. Ю.А. Щербанина. – М.: Юнити, 2016. – 519 с.
2. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник для бакалавров / Под ред. В.Б. Мантусова. – М.: Юнити, 2015. – 447 с.
3. Шимко, П.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П.Д. Шимко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 392 с.
4. Спиридонов, И.А. Мировая экономика: Учебное пособие / И.А. Спиридонов. – М.: Инфра-М, 2018. – 576 с.

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

РОЛЬ ЗОЛОТА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

История золота и история развития человечества неразрывно связаны между собой. На протяжении многих веков именно золото играло главную роль денег, но со временем, в результате роста масштабов торговли, золотой запас просто оказался не в состоянии обеспечить все сделки купли-продажи, и роль золота как денег была утрачена. Сегодня золото выступает в качестве финансового актива, а также обычного товара, который имеет себестоимость производства и подчиняется законам спроса и предложения, а также рыночным спекуляциям и манипулированию ценами. Тем не менее, до сих пор ни одна валюта в мире не может сравниться со стабильностью этого ценного металла.

Еще в Византийской империи золото использовалось для поддержки национальных валют, то есть тех, которые считались законным платежным средством в стране их происхождения. Золото также использовалось в качестве мировой резервной валюты на протяжении большей части 20-го века. Соединенные Штаты использовали золотой стандарт до 1971 года.

До отказа от золотого стандарта страны не могли просто «бесконечно» печатать свои бумажные валюты. Бумажные деньги должны были быть подкреплены равным количеством золота в своих резервах (тогда,

как и сейчас, страны держали запасы золотых слитков под рукой). Хотя золотой стандарт давно вышел из строя в развитом мире, некоторые экономисты считают, что мы должны вернуться к нему из-за нестабильности доллара США и других валют.

Золото - это драгоценный металл, главная экономическая ценность которого заключается в том, что в течение длительных экономических периодов он действовал как денежный товар и образовывал основу денежной и валютной систем наряду с другими металлами [2].

Основным сектором рынка драгоценных металлов и драгоценных камней является рынок золота. На это повлияла роль золота как единственного денежного товара, то есть мировых денег. Сегодня золото до сих пор остается средством выравнивания платежного баланса.

Рынок золота представляет собой объединение нескольких банков, которые уполномочены совершать операции и сделки с золотом. Такие объединения банков являются посредниками между продавцами и покупателями золота. Стоит отметить, что рынок золота в отличие от других видов рынков нестабилен, поскольку нельзя заранее с точностью предугадать скачок цен.

Мировой рынок золота - это финансовая структура, которая дает возможность торговать драгоценными металлами. Мировой рынок золота формируется благодаря функционированию нескольких крупных бирж и региональных платформ, на которых можно осуществлять деятельность по продаже ценных бумаг, как на реальном золоте, так и на основе драгоценных металлов [1].

Рынок золота включает широкий круг участников, включая физических игроков, таких как производители, переработчики, производители и конечные пользователи. Финансовые посредники, такие как банки, выполняют важную функцию, предлагая финансирование, обеспечивая торговую ликвидность и предлагая более широкие услуги (например, продажа золотых слитков консигнацией). К другим важным игрокам на оптовом рынке золота относятся официальные учреждения и различные типы инвесторов.

Золото всегда играло весомую роль в развитии современных экономических отношений и продолжает играть. На протяжении всей истории финансовых отношений оно было залогом стабильности мировых валют, а также препятствием для стран в печати лишнего количества бумажных денег и защищало сбережения людей от инфляционных проблем. Страны, которые не применяли золотовалютный стандарт в управлении финансовой системы своих государств, нередко становились жертвами инфляционных шоков, поскольку стремление правительств увеличить свои расходы, не имея золотовалютной поддержки, приводило к финансовым упадкам и экономическим кризисам [4]. Наиболее точно роль золота в международных валютных отношениях проявляется через его функции. Выделяют следующие функции золота: мера стоимости, средство обращения, средство накопления, средство платежа и мировые деньги.

В валютной сфере золото играет три роли:

- на сегодня, золото не принимает прямого участия в расчетных операциях, однако, оно выступает в качестве мировых денег и обеспечении международных кредитов;

- после исчезновения золота из оборота, функция денег как средства создания богатств принимает новые значения. Золото больше не служит регулятором денежного оборота, однако, выступает как страховой фонд государства;

- золото существует как мировые деньги через всеобщий платежный и покупательский средство и как материализация общественного богатства. Если страна имеет большой золотой запас, она может приобрести необходимую валюту на рынке золота, а ее - любой товар или погасить долги. Так, при кризисных ситуациях роль золота растет в чрезвычайной мировой валюты [5].

Стоимость национальной валюты сильно зависит от стоимости ее импорта и экспорта. Когда страна импортирует больше, чем экспортирует, стоимость ее валюты снижается. С другой стороны, стоимость ее валюты будет расти, когда страна является нетто-экспортером.

Другими словами, повышение цены на золото может создать положительное сальдо торгового баланса или помочь компенсировать торговый дефицит.

И наоборот, страны, которые являются крупными импортерами золота, неизбежно будут иметь более слабую валюту, когда цена на золото вырастет. Например, страны, которые специализируются на производстве изделий из золота, но не имеют собственных запасов, будут крупными импортерами золота [3]. Таким образом, они будут особенно подвержены росту цен на золото.

Важно отметить, что роль золота в международных валютных отношениях заключается в том, что оно выступает защитой от инфляции и кризисных потрясений. Золото обладает способностью, которая остается неизменной - способность сохранять богатство, в то время как инфляция и кризис приводят к снижению стоимости валют. Золото считается «зоной безопасности», средством сохранения сбережений в случае серьезных и более слабых экономических потрясений, в том числе связанных с категорией «плохие новости», такие как показатели деятельности и решения об изменении процентных ставок.

В целом, нужно отметить, что роль золота как в национальных экономиках, так и, впоследствии, в мировой экономике нельзя преуменьшать. Оно проделало длинный путь от простого ювелирного украшения для древней знати до товара – всеобщего денежного эквивалента, выполняя сопутствующие функции и играя соответствующие роли [1, 2].

Золото на протяжении всей истории человечества играло и продолжает играть разнообразные роли, выполняло и продолжает выполнять присущие ему функции. В XXI веке данный благородный металл уже не имеет той значимости, которой обладал ранее, однако, он все еще является элементом

современных торговых отношений и имеет влияние на экономики государств и мирохозяйственные связи.

Золото оказывает огромное влияние на стоимость мировых валют. Несмотря на то, что от золотого стандарта отказались, золото как товар может выступать в качестве замены бумажной валюты и использоваться в качестве эффективного средства защиты от инфляции. Нет сомнений в том, что золото продолжит играть важную роль на валютных рынках.

Список использованных источников:

1. Баранова И.В., Атаманская Н.С. Роль золота в современной экономике / И.В. Баранова // Актуальные вопросы современной экономики. 2021. № 6. С. 138-144.
2. Акимова И.В. Золото и его роль в международной валютной системе / И.В. Акимова // Поколение будущего: взгляд молодых ученых- 2020. Курск, 2020. С. 14-18.
3. Удовик Е.Э., Курта А.В. Современное состояние мирового рынка золота и перспективы его развития / Е.Э. Удовик, А.В. Курта // Вестник современных исследований. 2018. № 10.4 (25). С. 130-132.
4. Зюзина К.Ю., Хлопяникова Г.В. Роль золота в мировой валютной системе / К.Ю. Зюзина, Г.В. Хлопяникова // Актуальные вопросы экономической безопасности и таможенного дела. 2020. С. 248-253.
5. Кушу Б.А. Роль золота в золотовалютных резервах стран / Б.А. Кушу // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 11-2 (57). С. 58-61.

Сапрыкина Л.Н., к.э.н., доцент
ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

XXI век поставило новые вызовы перед всем миром. Турбулентное десятилетие завершилось турбулентным 2020 г. Начиная с глобального финансового кризиса 2008–2009 гг., мировая экономика и политика пребывали в состоянии неустойчивой неопределенности, которое завершилось полномасштабным взрывом – пандемией нового коронавируса [1].

Организация экономического сотрудничества и развития характеризует пандемию COVID-19 как «..один из крупнейших современных кризисов в области здравоохранения и экономики, характеризующийся резким снижением потребления и уверенности потребителей» [2]. Пандемия COVID-19 была признана большим экзогенным шоком, изменившим бизнес-экосистему, что повлияло на конкурентоспособность как малых и средних, так и для крупных предприятий. Во многих странах это привело к существенному снижению спроса и нарушению цепочек поставок многих товаров. Как реакция на кризис,

правительства по всему миру ограничили внешнее и внутреннее передвижение, ввели меры социального дистанцирования и издали директивы и рекомендации для бизнеса относительно его функционирования в данных условиях [2].

Пандемия COVID-19 создала немало косвенных препятствий на пути к устойчивому развитию. В периоды кризиса как никогда возрастает потребность в качественных и своевременных данных, необходимых для принятия решений. Пандемия стала катализатором цифровизации бизнеса.

Социальное дистанцирование и другие меры профилактики COVID-19 стали неизбежными следствиями наступления пандемии. В этом контексте цифровая трансформация как способ избежать полного экономического коллапса резко ускорилась. Несмотря на то что цифровые технологии, позволяющие работать удаленно он-лайн, уже существовали, до пандемии многие предприятия не спешили внедрять их в свою повседневную работу – пандемия же вынудила их ускорить внедрение. Это же коснулось и работы ресторанов и супермаркетов, которые оказались вынуждены перейти на новую для многих из них модель доставки продуктов и блюд клиентам, – создавая свои собственные приложения либо подключаясь к уже существующим сторонним платформам. В результате благодаря цифровизации некоторые предприятия смогли превратить пандемию COVID-19 из проблемы в новую возможность развития собственного бизнеса [3]

Отрасль ритейла, стала лидером по тестированию инноваций. Так, за 2020 год спрос на облачные сервисы вырос на 30% по сравнению с 2019 годом. Все больше решений стали приниматься на основе ИИ и больших данных, которые помогают найти целевую аудиторию, сократить цепочки доставки, унифицировать коммуникации и пр.

Активная цифровизация цепочек поставок способствовала повышению прозрачности поставщиков, а также пониманию новых потребительских привычек, связанных с покупками [4]. Данные о различиях в воздействии пандемии на цепочки поставок между отраслями и странами показывают, что цепочки поставок с большим числом звеньев пострадали больше, а более цифровизованные и автоматизированные цепочки поставок пострадали меньше [5]. Это также показывает, что производители пытаются снизить уязвимость парадигмы «точно в срок» в международном производстве, диверсифицируя базу поставщиков, приближая производство к себе и используя автоматизацию. Экологические и социальные стандарты, которые все больше влияют на устойчивость производства и больше поддаются контролю ближе к дому, служат дополнительным фактором в пользу «ближнего рещоринга».

Коронавирус стал не только вызовом, но и временем новых возможностей. Кризис способствовал освоению новых каналов поиска клиентов, оптимизации затрат и выходу на новый уровень взаимодействия с клиентом онлайн. Все больше клиентов стало предпочитать социальные медиа при взаимодействии с бизнесом. В новой реальности важно соблюдать принципы омниканальности, единого окна и использовать ИИ [6].

Внедрение новых решений во время пандемии осуществлялось и в ИТ-сфере — данный факт отметили больше половины респондентов. В исследовании указывается, что большинство опрошенных (65%) столкнулось с перебоями в работе ИТ-систем из-за пандемии, именно поэтому новые ИТ-решения в основном были направлены на масштабирование компаний. Бизнесу необходимо было устранять перебои, подстраиваться под новые реалии рынка и оптимизировать процессы для обеспечения объемов продаж. Следует отметить, что наиболее прорывным среди имеющихся на рынке решений участники опроса считают аналитику больших данных [7].

Следует также отметить, что пандемия COVID-19 обострила вопросы обеспечения кибербезопасности торговых предприятий, поскольку все кризисные ситуации традиционно вызывают активизацию различных хакерских группировок. Основными факторами, потенциально способствовавшими повышению деструктивной киберактивности, были: увеличение количества потенциально уязвимых соединений, которые могут привести к компрометации информации самого торгового предприятия и / или его работников; рост количества фишинговых атак — увеличение фальшивых писем (с malware-вложениями) и фальшивых сайтов (для сбора персональной информации граждан); дополнительное усиление паники может являться одной из целей операций воздействия со стороны недобросовестных конкурентов, которые могут использовать ситуацию в собственных интересах. По данным аналитического исследования Microsoft в области влияния пандемии на цифровую трансформацию и информационную безопасность, почти 40% предприятий заявляют, что в долгосрочной перспективе отдадут предпочтение инвестициям в облачную безопасность, за которыми следуют безопасность данных и информации (28%) и антифишинговые инструменты (26%) [7].

Во время вспышки новой коронавирусной инфекции COVID-19 весь ИТ-мир столкнулся с уникальным вызовом в области информационной безопасности, а учет опыта защищенной работы в компьютерных сетях в период пандемии имеет неопределимое значение в организационном и техническом плане [8].

Безусловно, COVID-19 вызвал много проблем, но вместе с тем, и открыл новые возможности. Торговые предприятия, понимающие значимость этих изменений, могут лучше удовлетворить новые предпочтения потребителей, получить конкурентное преимущество и расширить рыночную долю, поскольку они обеспечивают население товарами, имеющими первостепенную ценность. Учет особенностей современной социально-экономической среды и соответствующая модификация всех бизнес-процессов с неопределенностью восприятия со стороны целевых потребителей требуют переосмысления традиционных подходов к управлению устойчивым развитием торгового предприятия, поскольку не существует универсального рецепта выживания в кризисных ситуациях. Предприятия, которые приобретают максимальную гибкость и быстро реагируют на вызовы внешней среды, становятся кризисоустойчивыми.

Список использованных источников:

1. Российская экономика в 2020 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 42) / [Под науч. ред. д-ра экон. наук Кудрина А.Л., д-ра экон. наук Мау В.А., д-ра экон. наук Радыгина А.Д., д-ра экон. наук Синельникова-Мурылева С.Г.]; Ин-т Гайдара. – Москва: Изд-во Ин-та Гайдара, 2021. – 712 с.
2. Официальный сайт OECD. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/en/> com (дата обращения: 07.11.2021)
3. Мамедьяров З.А. Ускорение цифровизации на фоне пандемии: мировой опыт и Россия // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2021. – Т. 14. - № 4. – С. 92–108.
4. Трансформация торговли и развития в расколотом мире после пандемии. с. 46 URL: https://unctad.org/system/files/official-document/osg2020d2_ru.pdf com (дата обращения: 07.11.2021)
5. For further discussion, see Fu X, 2020, Digital transformation of global value chains and sustainable post-pandemic recovery, Transnational Corporations. 2020. – №27(2). – С.157–166.
6. Пандемия как катализатор цифровизации торговли. Итоги конференции it Retail Day URL: <https://www.ccifr.ru/news/pandemiya-kak-katalizator-tsifrovizatsii-torgovli-itogi-konferentsii-it-retail-day>
7. Как пандемия повлияла на сферу кибербезопасности? URL: <https://www.datafort.ru/news/pandemiya-povliyala-na-kiberbezopasnost.html> (дата обращения: 09.11.2021)
8. Информационная безопасность в условиях пандемии COVID-19. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/informatsionnaya-bezopasnost-v-usloviyakh-pandemii-covid-19/> (дата обращения: 19.10.2021)

Чистякова Е.И., Пивень К.Р.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Один из самых главных факторов, обеспечивающий функционирование предприятия в современных условиях — это владение информацией. Информация обеспечивает гибкость и своевременность принятия решений, что в свою очередь помогает улучшать экономическое состояние предприятия. Диагностика является инструментом исследования экономических процессов и таким образом она позволяет проводить оценку, а также анализ полученной внешней и внутренней информации о деятельности предприятия. Можно провести аналогию с медициной, где диагностирование позволяет выявить симптомы, которые угрожают жизнедеятельности человека, так происходит и в экономической деятельности, где предприятие выступает в роли живого организма, которое подвластно всякого рода «заболеваниям».

Актуальность данной темы состоит в том, что диагностика является инструментом для своевременного выявления уязвимых мест предприятия, а значит, есть возможность вовремя устранить выявленные проблемы.

Экономическая диагностика является важным инструментом информационно-аналитического обеспечения управления деятельностью предприятия [1, с.105]. Основой проведения диагностики выступают методы сбора и обработки информации. Методы имеют идентичный инструментарий, но различие заключается в наборе индикаторов. Успешность применения методов диагностики зависит от профессиональных качеств уполномоченного субъекта. Информация, обработанная данными методами, используется для краткосрочного и долгосрочного планирования. Конечным действием после применения методов диагностики является принятие хозяйственных и других решений по поводу устранения выявленных проблем (рис. 1).

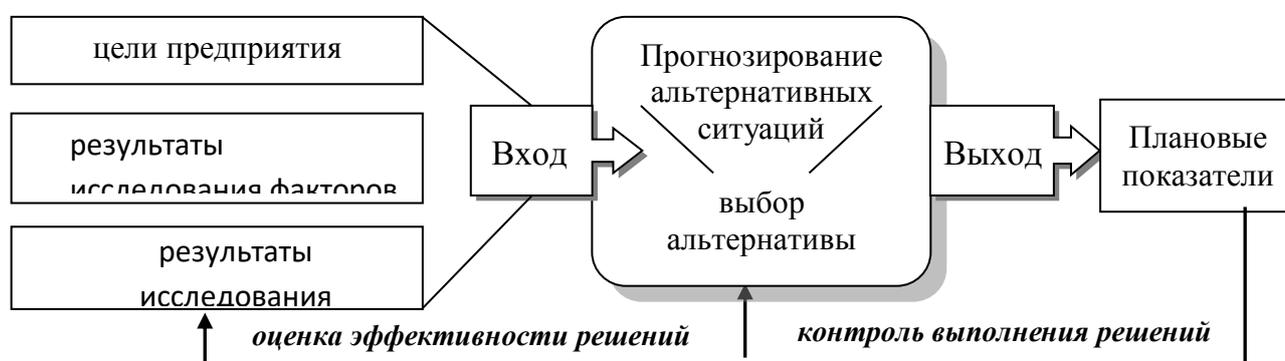


Рис. 1 – Схема принятия решений в процессе планирования деятельности предприятия

Мы можем разделить процесс принятия управленческих решений на несколько этапов: выявление и формулирование проблемы; обработка необходимой информации о проблеме и принятии решения; реализация и контроль принятого решения.

Для обоснования решений важна количественная оценка, потому что существует проблема расхождения ожидаемого и реального результата деятельности предприятия, этот факт не всегда виден при принятии решения, количественная оценка является пассивным элементом отображения фактического состояния, а также дает возможность внесения поправок в стратегию и тактику деятельности предприятия [2, с.27].

Новые результаты, полученные с помощью экономической диагностики, помогут предприятию трансформироваться в предприятие нового улучшенного типа. Стоит отметить, что аналитическая информация включает в себя качественное описание экономического состояния предприятия в перспективе. Поэтому итоги экономической диагностики могут быть как качественными, так и количественными [3, с.85].

Для диагностики необходимы собственные показатели по каждому виду деятельности предприятия, они являются результатом хозяйственно-финансовой деятельности. Данные результаты напрямую зависят от

достаточного объема материальных, финансовых и трудовых ресурсов, но существует проблема, когда предприятию бывает проблематично достичь желаемых объемов. Можно отметить, что неоднократно в практике отечественных предприятий встречаются вопросы расчета, анализа и диагностики представленных перед предприятием альтернатив и выбора самой подходящей из них [4, с.150].

Предприятие подвластно влиянию внешних и внутренних факторов, поэтому можно сделать вывод, что диагностика всех направлений предприятия позволяет наиболее правильно и точно выявить возможные потери предприятия, а также, например, случаи, когда расходы превышают доходы.

Экономическая диагностика является системой, которая включает в себя объединение теории и практики различных экономистов, также основополагающим элементом является системный подход – единство входа, выхода и процессора для реализации функций диагностики [5, с.46]

Итак, экономическая диагностика деятельности предприятия является важной системой единства элементов, которая позволяет провести исследование и выявить существующие проблемы, а в последствии, определить пути их решения.

Список использованных источников

1. Вартанов, А.С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология / А.С. Вартанов. - М.: Финансы и статистика, 2005.-105с.
2. Глазов, М.М. Экономическая диагностика предприятий: новые решения / М. М. Глазов. – СПб: СПбГУЭФ, 2006.-27с.
3. Санталайнен, Т. Управление по результатам: пер. с финск. / Т. Санталайнен, Э. Воутилайнен. – М.: Прогресс. -85с.
4. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / Г. В. Савицкая. – Минск: ИП Экоперспектива, 2014.-150с.
5. Современная экономика: лекционный курс. Многоуровневое пособие: учеб. – Ростов н/Д: ФЕНИКС, 2012.-46с.

Шацкая Э.Ш., к.э.н., доц.

Бекирова С.С., Можаров Н.А.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ

Россия находится в непростом положении в социальном и экономическом плане. Проблемы регионального развития лишь усложняются, экономическое равенство субъектов увеличивается. Дабы предотвратить данную проблему, следует формировать точки роста, в которых сосредоточены важные конкурентные преимущества.

Экономико-социальное развитие России задерживает кризисная ситуация, сложившаяся в современных экономических условиях страны,

которая сопутствует обострению социальных и политических вопросов. От данных вопросов зависит демографический рост населения, эмиграция, нежелательные социальные волнения и т.д. Ещё одной экономической угрозой в России является нехватка квалифицированной рабочей силы. Россию ждёт резкое сокращение численности населения работоспособного возраста. Требуется около 1 миллиона иммигрантов, для того чтобы компенсировать сокращение, а это в пять раз больше количества, которое прибывает за прошедшие несколько лет.

Следовательно, в РФ на данный момент можно выделить следующие актуальные региональные проблемы: низкая инвестиционная привлекательность территорий; малая производительность труда; кризисное состояние агропромышленного комплекса; недостаток специалистов различных квалификаций; нехватка трудовых мест в отдельных регионах; отсутствие эффективных экономических зон.

Неравенство регионов - ещё одна из проблем региональной экономики. Это глобальный, видимый разрыв, характеризующийся резким разрывом в уровне влияния на окружающее пространство стран центра и периферии, а также развития.

Около 18,5 млн. россиян находятся за чертой бедности. Значит, что они проживают не более чем на 1,9 долларов на гражданина в день. Для развития экономики следует ликвидировать бедность в регионах [1].

Из-за неравномерного развития регионов РФ, усилилась дифференциация муниципальных образований, уровень и темп экономического и социального развития относится к угрозам и вызовам безопасной экономики государства, обозначенным в Стратегии экономической безопасности России на период до 2030 года.

В 2020 году спад инвестиций был отмечен в более половины регионов. В 50 регионах РФ произошёл спад динамики инвестиций в основной капитал в 2020 году, 34 субъекта показали положительный результат и один регион остался неизменным. При этом 12 регионов продемонстрировали рост более чем на 10%, а 22 региона снижение – более чем на 10%, что свидетельствует о неравномерном развитии регионов в России [2].

В результате происходит отток капитала и граждан, невысокий уровень инноваций и инвестиций неблагоприятном инвестиционном климате и прочее. Отсутствует качественная медицина, образование, спортивная инфраструктура и многое другое.

Таблица 1. Инвестиции в основной капитал в сопоставимых ценах на душу населения, 2020г.

Субъекты РФ	Показатели, тыс. руб.
Лидерами по инвестициям	
Ненецкий автономный округ	2046
Ямало-Ненецкий автономный округ	1975
Чукотский автономный округ	629

Самые низкие показатели инвестиций	
Карачаево-Черкесская	40,1
Республике Костромской области	41,2
Республике Ингушетия	42,8

*Таблица составлена по данным [3].

Очередной проблемой является экологическая проблема, влияющая на демографическую ситуацию в стране. Российская Федерация одна из самых загрязненных в мире страна. Из-за интенсивного влияния человека на природу, возникают экологические проблемы. Данная проблема имеет высокую актуальность и несёт в себе опасный характер, ставящий под угрозу жизнь человечества.

По сей день Россия продолжает терять количество населения. По данным банка за 2017 год, страну покинуло 10,6 млн. граждан для работы за рубежом. Численность мигрантов РФ лидирует среди 24 государств, которые Всемирный банк относит к региону «Европа и Центральная Азия». Страна потеряла около 7,4% граждан, что составляет 14,4 млн. человек. По статистике в 2015 году количество мигрантов составляло 350 тыс. человек (Рисунок 1).

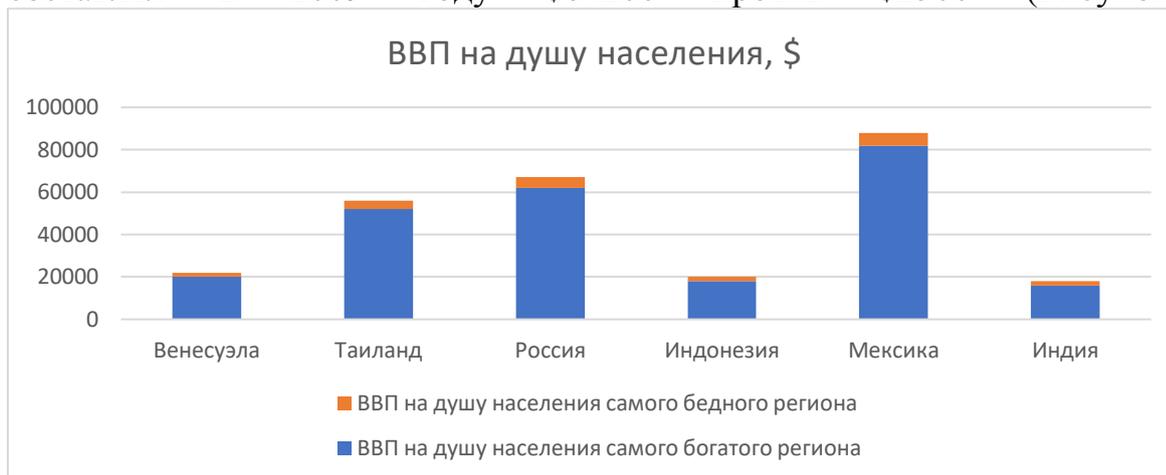


Рисунок 1. Число эмигрировавших из России тыс.чел., 2008-2016 гг [4].

Государству необходимо контролировать все направления экономики, дабы все предприятия положительно влияли на экологию. Внесение экологических технологий, которая уже активно используется в иностранных государствах.

Россия находится на третьем месте в мире по региональному неравенству. Если сравнивать доходы граждан РФ в самом богатом регионе, то они в 25 раз выше, чем в самом бедном. Россия – страна с одним из самых высоких уровней регионального неравенства: самый бедный регион имел прибыль в 25,4 раза меньше, чем самый богатый – ВВП на душу населения

составлял в 2009 году \$64200 против \$2500 (Рисунок 2).



* Рисунок 2. ВВП на душу населения, \$, 2009г [5].

Регионы России располагаются на достаточно разных географических положениях. Стало быть, что для каждого региона необходим свой, индивидуальный подход для решения региональных проблем. Необходимо провести оценку и анализ других стран, для разрешения региональных проблем, ведь их опыт может помочь при решении аналогичных проблем.

Список использованных источников:

1. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4233954>
2. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71572608/>
3. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://riarating.ru/regions/20210305/630195904.html>
4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://camelot-s.ru/bankrotstvo-grazhdanina/immigratsiya-iz-rossii-2020-statistika-1153.php>
5. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ecoportal.info/problemy-ekologii-v-rossii/>.

Шкуренко В.А., ассистент
ГО ВПО «ДонНУЭТ»

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

В данный момент социально-экономические связи подвергаются глобальным трансформациям. Эти процессы свойственны для цифровой экономики и проявляются в: наличии интеллектуальных активов, применяемых для повышения экономической активности; росте значимости данных в экономической деятельности; становлении глобальной сети как основной организационной структуры; интернет - как главный инструмент поиска

информации и связи; глобальном характере обмена данными; самоорганизацией - как главным подходом к управлению; обеспечении социально-экономической безопасности - как основной задачей управления.

Существенные и глобальные реформы, порождённые применением цифровых технологий, существенно увеличили масштабы и значительность проблем при обеспечении экономической безопасности каждого государства и мировой экономики в целом. Цифровая трансформация и глобализация экономического сектора приводят к появлению вызовов и угроз в развитие социально-экономического кластера.

Главные риски десятилетия, по оценкам международных специалистов, связаны:

- с усиливающимся недовольством граждан экономическим и политическим тезисом в сочетании с коллективной мобильностью и протестами;
- слабость политики, шаткость норм, правил и гарантий;
- повышающееся воздействие виртуальной реальности.

Важнейшей причиной глобальных рисков, по представлению ученых и экспертов, выступают системные недочеты глобального управления. Общество, технологии и коммуникации стабильно развиваются и трансформируются, а системы управления консервативны, не успевают за изменениями.

Наряду с имеющимися ранее, формируются и возникают новые угрозы, а именно: внешние, внутренние и новые угрозы, сопряженные с цифровизацией.

Внешние – усиление глобальной конкуренции, структурные дисбалансы в мировой экономике, дискриминационные меры в экономических и политических межгосударственных отношениях, нарастающий конфликтный потенциал в зонах экономических интересов государств, колебания конъюнктуры мировых рынков, изменение структуры спроса на энергоресурсы и их потребление, деятельность межгосударственных экономических объединений, глобальные риски для финансовых систем, утрата актуальности экспортно-сырьевой моделью экономического развития, усиление конкуренции в вопросах получения высококвалифицированных кадров.

Внутренние – недостаточный объем инвестиций в реальный сектор экономики, слабая инновационная активность, истощение ресурсной базы топливно-сырьевых отраслей, ограниченность масштабов не сырьевого экспорта, низкие темпы экономического роста, несбалансированность бюджетной системы, низкая эффективность системы государственного управления, высокий уровень криминализации и коррупционной составляющей в экономической сфере, присутствие значительной доли теневой экономики, усиление различия и неоднородности в уровне доходов населения, снижение качества человеческого потенциала, недостаточность квалифицированных специалистов рабочих специальностей, преувеличенные требования в области экологической безопасности[2].

Новые угрозы, сопряженные с цифровизацией – увеличение разрыва в уровнях технологического развития между государствами, увеличение разрыва

в уровнях технологического развития между различными экономическими группами в вопросах доступа и использования интеллектуальных ресурсов, увеличение уровня опасности возникновения техногенных катастроф, неспособность человека конкурировать с интеллектуальными системами в вопросах принятия управленческих решений, усиление террористических угроз, сложности защиты информации, появление новых видов кибервооружения, потенциальное сокращение рабочих мест влекущее за собой социальную и экономическую нестабильность[1].

Для поддержания основы экономической безопасности перспективными являются следующие направления [3]:

- значительность и важность для государства не уступить натиску, отразить возможную агрессию и двигаться по стезе прогресса.

- потенциал и способность главы государства профессионально и эффективно управлять ним, а в условиях глобальной экономической агрессии создать эффективное противостояние нежелательным и наносящим ущерб силам, стремительно устранять их вредоносные последствия.

- наличие экономической, научно-технологической, политической и информационной мощи страны, высокого культурно-образовательного уровня населения, силы международного влияния, которое является базой для предупреждения либо преодоления глобальных мировых угроз.

- присутствие в стране сильной идеологии, разделяемой большинством народонаселения, которая в условиях негативных воздействий повышает сплоченность общества (народа, политических лидеров, политических партий, единство внутри правящего класса, правительства и оппозиции) и его сопротивляемость.

- формирование человека, осознающего себя представителем своего народа и страны, думающего о благополучии соотечественников; гордость за свою Родину, патриотизм повышают сопротивляемость внешнему негативному влиянию.

- хорошее и прочное геополитическое положение, значимым элементом которого выступает присутствие или отсутствие у государства различных видов отношений (политических, деловых, научно-технических и культурных) с зарубежными государствами, их продолжительность, глубина и сила; употребляя такие связи, страна в тяжелое для нее время может получить помощь и ресурсы от дружественных человеческих сообществ.

- наличие у страны союзников, их сила и помощь, могут оказывать позитивное влияние на уровень жизнестойкости объекта агрессии: чем их больше, тем более сильным может быть сопротивление последнего и тем скорее агрессор может отречься от своих планов.

Результатом осуществления методов обеспечения экономической безопасности государства является: устойчивость национальной экономики к внешним и внутренним вызовам и угрозам, укрепление общественно-

политической стабильности, динамичное социально-экономическое развитие, повышение уровня и улучшение качества жизни населения.

Список использованных источников:

1. Обеспечение национальной экономической безопасности: новые вызовы и приоритеты: сборник тезисов докладов международной научной конференции / под ред. А.А. Пороховского, С.В. Кайманакова. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020. — 164 с.
2. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 "О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года"
3. Писаренко А.О. Экономическая безопасность в России: современное состояние, угрозы и перспективы развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Т. 14, №5. – с. 927-940.

СЕКЦИЯ 5. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Браганцева Л.Н., ассистент
ГОВПО «ДонНУЭТ», Донецк

СОВРЕМЕННЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

В нашу науку и практику вошло слово «технологии». Речь идет о педагогических технологиях. В современной педагогической литературе последних лет довольно часто встречаются и понятие «технологии обучения». Само слово «технология» как научный термин берет свое начало от греческих «*tehne*» (искусство, мастерство умение) и «*logos*» (наука). В дальнейшем понятие «технология» стало использоваться во многих сферах деятельности, приобрело более широкое толкование. Технология связана с определенной системой деятельности, включающей те или иные нормативно зафиксированные способы деятельности, средства, обеспечивающие ее реализацию. Введение новой технологии ведет к изменению не только самой деятельности, но вызывает существенную перестройку целевых установок, системы конкретных знаний, необходимых для ее реализации. Слово технология может означать искусство, мастерство, умение, совокупность методов обработки, изменения состояния. А вот технология обучения – это цепочка действий и операций направленных и ориентированных на педагогический результат. То есть использование, применение педагогической технологии может существенно повысить эффективность образовательного процесса, решить стоящие перед образовательным учреждением задачи воспитания всесторонне развитой, творчески свободной личности.

Педагогическая технология – это диагностично поставленная цель по достижению планируемого результата. Педагогическая технология сплавляет в единое целое дидактическую технику, традиционную методику обучения и участников педагогического процесса. Педагогическая технология – прикладная наука, определяющая закономерности функционирования образовательного процесса, то есть процессуальная составная часть дидактики и методики.

Предмет педагогической технологии – приемы, средства, способы, методы организации обучающей и учебной деятельности в конкретных условиях для гарантированного достижения целей.

Цель педагогической технологии – поэтапно реализовывать идеальный процесс обучения в конкретных условиях педагогической практики, гарантирующей достижения планируемых результатов.

Задачи педагогической технологии – преобразование разработанных в дидактике законов и принципов в эффективные методы преподавания в конкретных условиях. Технология проектируется исходя из конкретных

условий и ориентируется на заданный, а не на предполагаемый результат. К современным педагогическим технологиям сегодня ученые относят: личностно-ориентированные технологии обучения:

- технологии педагогических мастерских;
- технологии обучения как учебного исследования;
- технологии коллективной мыследеятельности (КМД);
- технологии эвристического обучения;
- метод проектов;
- вероятностное образование (А. М. Лобок);
- развивающее обучение – (Л. В. Занков, В. В. Давыдов, Д. Б. Эльконин);
- «школа диалога культур» – (В. С. Библер);
- гуманитарно-личностная технология «Школа жизни» (Ш. А. Амонашвили); преподавание литературы как искусства и как человекоформирующего предмета (Е. Н. Ильин);
- дизайн-педагогика;
- предметно-ориентированные технологии обучения:
- технология постановки цели;
- технология полного усвоения;
- технология педагогического процесса;
- технология концентрированного обучения;
- модульное обучение;
- информационные технологии: информационно-компьютерные технологии; технологии дистанционного обучения;
- технологии оценивания достижений учащихся:
- технология «Портфолио»;
- безотметочное обучение;
- рейтинговые технологии;
- интерактивные технологии: технологии развития критического мышления через чтение и письмо;
- технологии проведения дискуссий;
- технологии «Дебаты»;
- тренинговые технологии.

Выбор той или другой технологии обучения определяется, прежде всего, спецификой содержания учебного предмета и способом его конструирования. Вследствие развития техники и начавшейся затем за рубежом компьютеризации обучения понятия «технология обучения» и «педагогическая технология» все чаще стали осознаваться как система средств, методов организации и управления учебновоспитательным процессом. При этом были выделены две стороны педагогической технологии: применение системного знания для решения практических задач и использование в учебном процессе технических устройств.

Среди разнообразных направлений новых педагогических технологий, видимо, наиболее универсальными являются обучение в сотрудничестве, метод

проектов, игровые технологии и дифференцированный подход к обучению. Технология проектного обучения – система обучения, в которой знания и умения обучающиеся приобретают в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий – проектов. Технология проектов всегда ориентирована на активную самостоятельную работу обучающихся (индивидуальную, парную и групповую), которую они выполняют в течение определенного отрезка времени. Теория проектного обучения является интегративной, так как она синтезирует в себе в той или иной мере все другие теории и концепции обучения. Технология дистанционного обучения опирается на то, чтобы получать образование без систематических личных визитов в учебное заведение, используя интернет и программы для интерактивного общения. Практически во всех учебных заведениях высшего образования используется указанная технология. Применяется она и на курсах по повышению квалификации и переподготовке. Интерактивная технология обучения опирается на взаимодействие, общение и диалог. Она может включать в себя:

- проектный метод;
- кейс-метод;
- исследовательский метод;
- дискуссию;
- игры;
- «мозговой штурм» и др.

Вывод: Инновационные технологии стали неотъемлемой частью преподавания и очень важны в системе образования. „Педагогическая технология, совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов обучения и воспитания, позволяющих успешно реализовывать поставленные образовательные цели. Педагогические технологии – поэтапно реализовывают процесс обучения в конкретных условиях педагогической практики, гарантирующей достижения планируемых результатов. Современная система образования направлена на использование инновационных технических средств делая обучение эффективным.

Список использованных источников:

1. Полат Е.С. Новые Экономические и информационные технологии в системе образования М: Издательский центр «Академия», 2002.-272с. ISBN 5-7695-0811-6
2. М23 Современные проблемы педагогической науки и образования: учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б. Р. Мандель. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 303 с.

СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

В современных условиях значительного роста внешнеэкономического сотрудничества в большинстве развитых государствах возникает проблема выбора правильной и актуальной стратегии международного развития бизнеса. Поэтому целью данного исследования является рассмотрение и выбор наиболее правильной стратегии развития бизнеса для большинства предприятий ДНР. Данная проблема актуальна не только для предпринимателей, но для ученых, которые исследовали ее в своих трудах: Д. Лебедев, К. Бунстра, Р. Грант, Г. Балабанис.

Развитие бизнеса и повышение роли транснациональных компаний на международном рынке требует понятности в применяемых в каждой стране принципах формирования прибыли, налогообложения, а также условий для инвестирования. Из-за различий в системах бухгалтерского учета в каждой стране существует возможность расхождения данных при определении финансовых результатов деятельности разных компаний. Поэтому при выходе на международный рынок, предпринимателю следует изучить и правильно подобрать стратегию развития его бизнеса [1].

На данном этапе развития бизнеса в ДНР существует несколько причин, которые могут влиять на разработку международной стратегии развития. К таким причинам можно отнести факторы выталкивания и факторы втягивания. Первые рождаются из-за недостатка возможностей развития бизнеса на рынке ДНР, низких цен или правительственных ограничений. Вторые - появляются при создании в другой стране лучших условий для существования и развития бизнеса, таких как льготного налогообложения или дешевой рабочей силы.

Трудностями в выборе стратегии международного развития бизнеса могут выступать следующие факторы:

1. Проблемы в выборе предоставляемых продуктов или услуг.
2. Трудности с конвертацией валюты.
3. Воздействие на бизнес культуры другой страны.
4. Проблемы с прогнозированием развития компании.
5. Политический риск, который связан с ограничениями со стороны правительства страны, в которой планируется ведение бизнеса.

После анализа направлений и стратегий международного развития бизнеса, можно выделить такие основные альтернативы:

1. Дочернее предприятие. Данная стратегия предполагает создание предприятия в другой стране, которое будет полностью контролироваться материнским предприятием.

2. Совместные предприятия. Создание совместных предприятий. Они основываются на соглашениях между двумя или более партнерами, которые владеют предприятием в другой стране.

3. Договор о франшизе. Данная стратегия предусматривает создание соглашения, по которому одна из сторон получает разрешение на ведение деятельности в другой стране, использование товарного знака второй стороны, а также методы ведения бизнеса.

4. Экспорт и импорт. Такая стратегия является переходной. Характерна она для малого бизнеса или бизнеса, который стремится выйти на международный рынок с минимальными вложениями [2].

Можно выделить следующие преимущества и недостатки каждой из представленных стратегий в таблице 1.1.

Таблица 1.1. Преимущества и недостатки международных стратегий развития бизнеса

Стратегия	Преимущества	Недостатки
1. Дочернее предприятие	<ul style="list-style-type: none"> - подходит небольших фирм, которые имеют ограниченные ресурсы - может содержать в себе современные методы и технологии производства - возможность выбора удобного места для дочернего предприятия 	<ul style="list-style-type: none"> - зависимость от материнской фирмы -ограничения при использовании средств основного капитала - прекращение деятельности в случае банкротства основного предприятия - отсутствие клиентской базы
2. Совместные предприятия	<ul style="list-style-type: none"> - снижение риска за счет совмещения мощностей - возможность получения большего опыта или капитала - легко приспособиться к изменениям среды 	<ul style="list-style-type: none"> - меньшая гибкость - вероятность возникновения конфликтов интересов - разные стили управления - потеря репутации в случае ошибки партнера
3. Договор о франшизе	<ul style="list-style-type: none"> - уже существующая клиентская база - рост без значительных вложений капитала - уменьшение риска при покупке франшизы, чем при создании бизнеса 	<ul style="list-style-type: none"> - жесткий регламент сотрудничества - отсутствие стабильности при смене руководства - запрет на создание конкурентного бизнеса
4. Экспорт и импорт	<ul style="list-style-type: none"> - мало рисков и дешевизна - возможность использования бизнесом любого размера - помощь внешних экспертов 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие клиентской базы - законодательная база других стран может препятствовать ведению бизнеса - таможенные трудности

Таким образом, из-за существующих проблем внутри страны (факторы выталкивания) или создания возможностей развития в другой стране (факторы втягивания), компании могут продвигать свой бизнес на международный уровень. Несмотря на то, что такой бизнес может сталкиваться с различными трудностями: различия в культуре, проблемы с конвертацией валют, разница в налогообложении или отсутствие клиентской базы, при правильном выборе стратегии международного развития бизнеса эти проблемы не смогут препятствовать его расширению.

После проведенного анализа можно сделать вывод, что ни одна из стратегий не даст только положительных или отрицательных результатов, поэтому очень важно выделить приоритетные направления для развития конкретного бизнеса и объединить различные стратегии для достижения максимального результата.

Список использованных источников

1. Ильина Н.А. Международные стандарты управления бизнесом [Электронный ресурс]: киберленинка — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-standarty-upravleniya-biznesom>.
2. Ключко О.А. Особенности стратегического планирования при разработке международных стратегий [Электронный ресурс]: киберленинка — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-pri-razrabotke-mezhdunarodnyh-strategiy>.

Коваленко Т.В., к.э.н., доц.,
Пестерева Е.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ЕВРОПЕЙСКОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Современная система образования в Европе базируется на принципах обучения на протяжении жизни и предполагает опираться на создание новых программ обучения, использование инновационных методик, новейших информационных технологий, основываясь на неформальном и информальном образовании.

Стратегия EU2020 имеет 2 основные цели, касающиеся образования и обучения:

- 1) сокращение случаев преждевременного окончания школы до 10%;
- 2) содействие тому, чтобы, по меньшей мере, 40% лиц в возрасте 30-34 лет получили высшее образование [1].

Обе цели были определены в рамках «Стратегической программы по вопросам образования и обучения 2020 (ET2020)». Исходя из данной программы, были определены цели ЕС в отношении образования и обучения.

За последние несколько месяцев вспышка коронавируса («кризис COVID-19») достигла масштабов глобальной пандемии, и последствия кризиса можно увидеть практически во всех сферах общества. Мир образования не стал исключением.

Пандемия COVID-19 вызвала диджитализацию образования и стремительно подтолкнула системы образования к исследованию новых способов преподавания и обучения. Заинтересованные стороны на всех уровнях – правительства, государственные и частные организации, сообщества и отдельные лица – разрабатывают и внедряют инновации и творческие решения, чтобы системы образования могли продолжать эффективно и оперативно функционировать.

ЕТ 2020 группа, действующая в рамках Европейского политического сотрудничества, преследует следующие четыре цели ЕС:

- 1) сделать непрерывное обучение и профессиональную мобильность реальностью;
- 2) повышать качество и эффективность образования и обучения;
- 3) содействовать равенству, социальной сплоченности и активной гражданской позиции;
- 4) повышать творческий потенциал и инновации, включая предпринимательство, на всех уровнях образования и обучения [2].

Рабочая группа ЕТ2020 по обучению взрослых подготовила отчет, цель которого – дать представление о влиянии кризиса COVID-19 на обучение взрослых, а также о роли, которую обучение взрослых может сыграть в контексте кризиса (и в будущем при возникновении аналогичных кризисов). Эти идеи призваны дать информацию для обсуждения на уровне государств-членов и Европы в сфере обучения взрослых и в частности профессионального обучения сотрудников компаний [3].

В этом отчете представлены основные области воздействия COVID-19 на макро- и микроуровне и способы обучения взрослого населения в отраслях, затронутых кризисом. На основании вышеизложенного можно предложить следующие формы профессионального обучения работников компаний в условиях пандемии:

1. Применение инструментов «Искусственного интеллекта», т.е. формирование индивидуализированных планов обучения и ресурсов для отдельных сотрудников. Таким образом, инвестирование в учебную платформу, на основе искусственного интеллекта, повысит уровень обучения сотрудников.

2. Обучение на основе потребностей. Курсы самообучения – наиболее эффективны, когда сотрудники сами выбирают курсы, которые они хотят изучать, на специальных онлайн-платформах для обучения. Затем они могут организовать семинары или создать обучающий модуль для других сотрудников.

Персонализированные программы обучения основаны на текущих навыках, знаниях и образовательных потребностях, и фокусируются на

сильных и слабых сторонах каждого сотрудника и направлены на их улучшение и преодоление.

3. Геймификация, что означает применение определенных игровых технологий в программе обучения сотрудников. Игры обычно подразумевают соревновательное поведение, когда игроки стремятся набрать наибольшее количество очков. Поэтому компании хотят создать конкурентную среду на работе, чтобы повысить производительность сотрудников.

4. Дополненная реальность (AR). Хотя это и немного дорого, но в это абсолютно стоит инвестировать. AR дает захватывающий опыт обучения. Включение дополненной реальности в учебные программы создаст гораздо больше вовлеченности, чем обычный тренинг. AR отображает сгенерированный компьютером 3D-визуал на мобильном экране учащегося, который накладывается на обычное изображение пространства или объекта.

Благодаря этой технологии сотрудники могут получить глубокое понимание продукта. Например, специалисты по продажам могут видеть расширенную версию своего продукта, которую они могут поворачивать и масштабировать для лучшего обзора. Они могут использовать эту функцию, предлагая продукт своим потенциальным клиентам.

5. Виртуальная реальность Термины дополненная реальность и виртуальная реальность обычно пишутся в одном контексте, но есть огромная разница между ними. Ряд отраслей промышленности включили виртуальную реальность в свои программы обучения сотрудников, чтобы улучшить свой опыт обучения. Кроме того, это безопасное место, чтобы попробовать различные теории и посмотреть, что работает лучше всего.

6. Микрообучение. Поскольку бизнес становится все более ориентированным на мобильные устройства, потребность в микрообучении постоянно растет. Создание коротких отрезков знаний, предназначенных для удовлетворения непосредственных потребностей сотрудников в обучении и обеспечение их доступности в любое время, – вот что делает эту форму обучения востребованным.

Короткие пакеты информации могут быть в виде текста, видео, анимации или даже аудио. Идея микрообучения заключается в том, чтобы предоставить сотрудникам учебные материалы, к которым они могут обращаться в любое время.

7. Мобильные обучающие приложения. Создание мобильного приложения специально для обучения сотрудников значительно повышает вовлеченность сотрудников. Поскольку количество мобильных пользователей растет, количество времени, которое они тратят на приложения, также увеличилось. Поэтому создание мобильного приложения сделает учебную программу более увлекательной и интерактивной. Поставщик, который специализируется на разработке мобильных приложений, может помочь в разработке приложения, соответствующего типу бизнеса и требованиям сотрудников.

В целом, эффективные системы обучения взрослых, в частности профессионального обучения сотрудников, необходимы для обеспечения равных, справедливых и инклюзивных условий восстановления после кризиса COVID-19, а также облегчения разнообразных трансформаций, с которыми люди сталкиваются в своей работе, социальной и личной жизни.

Список использованных источников:

1. Антропова О.А. Основные тенденции развития образования в странах Европейского Союза: общие ценности, подходы и требования к реализации образовательного процесса / О.А. Антропова // Педагогика и психология образования. – 2019. – №1. – С.9-15.
2. Education and Training [Electronic resource]. – Available at: https://ec.europa.eu/education/policies/european-policy-cooperation/et2020-framework_en.
3. Adult Learning and COVID-19: challenges and opportunities. A report from the ET2020 working group on adult learning [Electronic resource]. – Available at: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/al_and_covid-19_report_final.pdf

Усачев В.А., к.философ.н.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк
Усачева Г.М., к.пед.н., доц.
ГОУ ВПО «ДонАУиГС», Донецк

О ПРОДУКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СВОБОДНОМУ ВЛАДЕНИЮ ИНОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЬЮ

Преподавание иностранного языка строится на основе упорядоченного опыта, выраженного в системе грамматики и лексики. Лишь хорошее их знание обеспечивает свободное владение языком на том уровне, который является удовлетворительным для личного и делового общения в современных условиях функционирования профессиональных отношений и развития общества. Свободная речь наступает в обучении, во-первых, после достижения беглости речи на базе воспроизведения или самого незначительного отступления от готовых форм и клише, во-вторых, когда объем грамматических и лексических знаний становится настолько велик, что появляется потенциальная возможность маневрировать языковым материалом. Владение языком, что называется *proper word in proper place*, возможно при большом объеме выученного языкового и грамматического материала, хорошем речевом темпе и хорошем овладении идиоматикой языка. Разнообразные методы обучения для овладения иноязычной речью, варьируемые от поставленных перед обучающимися целей, активно применяются для изучения языковых конструкций и речевого материала. К таким методам овладения беглой свободной речью можно отнести репродуктивный и рецептивные методы обучения, а также различные современные методики, такие как метод Рунова,

метод го кадра, интенсивный метод, метод Шехтера, методика Лозанова, Милашевича, метод Китайгородской и многие другие, единой целью которых является быстрейшее усвоение языкового и грамматического материала изучаемого языка и умение применять его на практике. Свободная беглая речь, вырабатываемая продуктивным методом, состоит в умении находить нужное среди сходного, уходить от шаблонов, с соблюдением, однако, всех норм языка. Беглость речи также подразумевает умение быстро выбирать нужное среди сходного и быстро следовать имеющимся образцам. В плане рецептивном и репродуктивном беглость речи является качественно высшей и завершающейся степенью обучения иностранному языку. По мнению Н. Д. Гальсковой, продуктивное владение языком состоит в построении собственной речи из воспринятого языкового материала [1, с. 134]. Язык, то есть упорядоченный лингвистический опыт, состоит из грамматических и лексических правил, заключающихся в соотнесенном и обобщенном языковом материале. Поскольку изучающий иностранный язык получает именно упорядоченный лингвистический опыт, следовательно, он именно воспроизводит усвоенные правила. Например, в английском, французском и немецком языках употребление глагола «быть» в именном сказуемом в настоящем времени обязательно, а в русском языке – исключительно редко. В английском предложении отрицание выражается лишь одним словом, а в русском возможно несколько отрицательных слов. Но вот конструкция «винительный с инфинитивом», присущая всем трем названным выше языкам, не имеет параллели в русском кроме случаев с глаголами просьбы. Из этого вытекает, что даже люди с блестящим знанием и свободным владением иностранным языком всегда связаны такими и аналогичными грамматическими нормами, часто расходящимися с нормами родного языка [2, с. 126]. Правильность их речи проистекает из умения точно и правильно воспроизводить эти правила.

При применении различных методов обучения языку необходимо, помимо методик заучивания и повторения, добиваться участия сознания и волевого усилия обучающихся в работе над языком. Обучающиеся должны оценивать и определять приемлемость изучаемой языковой конструкции в определенном контексте и уже потом наполнять эту форму соответствующим языковым материалом. То есть это не должно быть бессознательное воспроизведение, а понимание состава и строя языковой и грамматической конструкции.

А. Э. Скраббе отвергает репродуктивный метод обучения, полагая, что автоматизация, то есть заучивание в употреблении языковых конструкций почти исключает участие сознания [3, с. 50]. Но нельзя вообразить навык речи как что-то данное, сложившееся без участия сознания на какой-то ступени его сознания. Навык вырабатывается тем скорее, и становится тем прочнее, чем более он осознается на различных стадиях его выработки. Если под автоматизмом употребления языковых конструкций А. Э. Скраббе понимает чрезмерное повторение, притупляющее всю умственную деятельность обучающегося, то необходимо высказаться против этого суждения.

Воспроизведение грамматических и лексических норм языка не является вовсе языковой муштрой. Большинство навыков, доведенных последующей языковой практикой до степени автоматизма, полезны именно потому, что данные навыки создаются непосредственно при участии сознания, а не автоматически, бессмысленно.

Главное, что объединяет разнообразные направления в языковых методиках, является направление обучения языку как средству коммуникации [4, с. 264]. При этом обучение иностранному языку должно быть построено так, чтобы оно не превращалось в неосознанную тренировку лексических и грамматических единиц речи. В последнее время в современных концепциях обучения языку применяют комбинированный подход, сочетания одновременно нескольких методик обучения, выбирая те, которые наиболее подходят обучающимся в свете их направленности обучения. Также важно умения работать самостоятельно.

Можно с уверенностью сказать, что не существует универсальных методик обучения, которые давали бы стопроцентный результат. Ни один из перечисленных методов обучения не является универсальным. Применение всех этих методик должно осуществляться в контексте целостной системы обучения, с последующим достижением определенных целей и соблюдением особенностей обучения, специализации и направленности всего учебного процесса. Необходимо также хорошее методическое обеспечение для реализации поставленных целей в иноязычном обучении.

Для правильного выбора метода обучения, необходимо знать сильные и слабые стороны взятых методов, и ставить перед собой ясные цели по достижению поставленных задач, реализуя тот или иной кажущийся наиболее эффективным метод обучения иностранному языку.

Список использованных источников:

1. Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам. / Гальскова Н.Д. Учебное пособие для студ. лингв. ун-тов и высш. пед. учеб. заведений . - 3-е издание. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. - 134 с.
2. Соловова, Е. Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс лекций: пособие для студентов. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 126 с.
3. Скраббе, А. Э. К вопросу о рецептивном, репродуктивном и продуктивном обучении / Иностранные языки в школе. - 1951. № 3. - С. 50.
4. Демьяненко, М. Я. Основы общей методики обучения иностранным языкам: теоретический курс / М.Я. Демьяненко, К.А. Лазаренко, С.В. Мельник. - Киев: Вища школа, 1984. - 264 с.

РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ РОСТА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В странах с формирующимся рынком, в том числе в России, проблема финансирования на ранних стадиях проекта усугубляется из-за неразвитости рынка финансовых услуг. Инновационные предпринимательские проекты, в том числе реализуемые венчурным предпринимательством, имеют несравненно более высокие риски по сравнению с другими сферами деятельности, осложняющими отношения предпринимателей с внешними инвесторами.

Тем самым используют способ венчурного финансирования инновационного предпринимательства на ранних стадиях проекта - привлечение капитала внешних инвесторов или бизнес-ангелов. Бизнес-ангелы - это люди, инвестирующие в основной капитал новой компании с высоким потенциалом роста. В отличие от венчурных фондов, бизнес-ангелы инвестируют свои собственные сбережения и капиталы и финансируют малое и среднее (включая венчурное) предпринимательство на более ранних стадиях их жизненного цикла, чем другие внешние инвесторы [1]. Следовательно, инвестиции бизнес-ангелов более полезны и продуктивны, чем вложения венчурных фондов, поскольку их предоставление сочетается не только с возможностью получения средств, но и с предоставлением практического опыта и контактов для бизнеса.

Корпоративный венчурный капитал - еще один заметный участник финансирования инноваций во всем мире. Используя его, инвесторы финансируют и коммерциализируют инновации, чтобы преодолеть разрыв между изобретением продукта и его вводом в промышленную эксплуатацию. Как правило, корпоративный венчурный инвестор - это крупная компания (часто международная), которая финансирует и поддерживает малый инновационный бизнес путем тщательного отбора конкретных инновационных и венчурных инициатив [1].

Финансирование проектов остается одним из видов финансирования инфраструктурных и инновационных проектов во всем мире. Одной из особенностей финансирования проекта является необходимость создания в рамках проекта специального механизма, который формально выполняет роль заемщика, а внутренние денежные потоки, генерируемые проектом, выступают в качестве основы обеспечения.

Традиционно проектное финансирование используется для инфраструктурных проектов крупного бизнеса. Однако в предпринимательской практике этот стереотип был успешно опровергнут путем создания и проекты, предлагаемые к реализации венчурными предпринимателями, и становление

института проектного финансирования требует изменения подходов к кредитованию малого и среднего предпринимательства российскими коммерческими банками и другими финансовыми и инвестиционными структурами.

Как правило, проектное финансирование предоставляется на весь срок реализации проекта, в том числе инновационных проектов предпринимательства. В связи с этим финансовые посредники должны иметь достаточную базу безопасности и гарантий, чтобы иметь возможность покрывать риски. Однако на практике финансирование проектов не всегда осуществляется с ограниченным регрессом. В зависимости от срока и сложности проекта регресс может быть детерминирован полностью, т.е. с правом использования всего имущества и капитала предпринимателя. Это особая форма мотивации, гарантирующая возврат денежных средств.

Методически проектное финансирование является наиболее развитой формой инвестирования в венчурные проекты, а также в достаточно рискованные проекты, реализуемые малым и средним предпринимательством с целью при технологическом и организационном обновлении применяемых бизнес-моделей [2].

Согласно мировой экономической статистике, за период 2008-2020 гг. объемы проектного финансирования сделок в предпринимательской сфере увеличились более чем в 5 раз (рисунок 1).

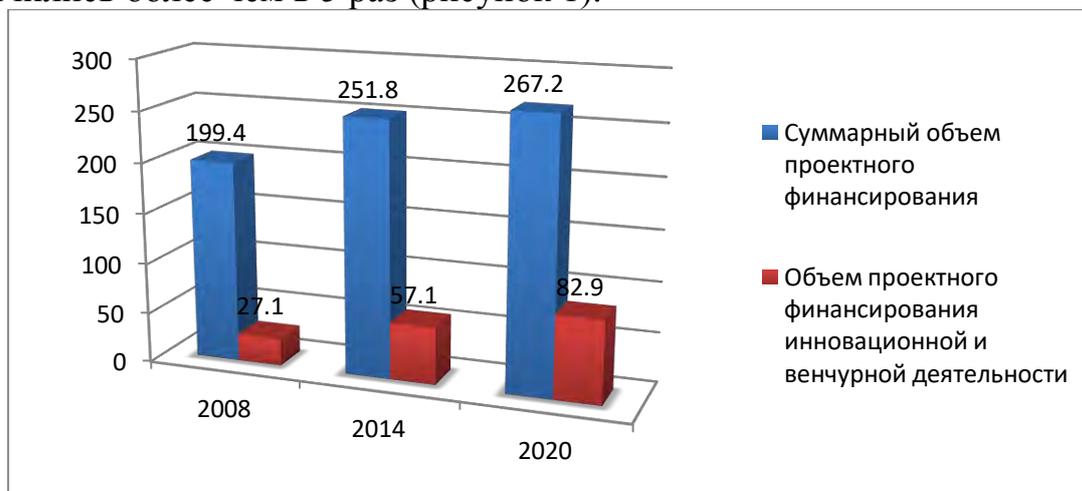


Рисунок 1. Динамика объемов проектного финансирования инновационной и венчурной деятельности в мире, млн. Руб. USD [2]

Согласно рисунку 1 с 2008 по 2020 гг. объемы проектного финансирования инновационной и венчурной деятельности увеличились более чем в 10 раз. Это позволяет говорить о том, что предпринимательство начало активно переходить к реализации стратегий, связанных с инновационным развитием своего бизнеса (видов и направлений экономической деятельности).

Сбалансированная и согласованная стратегия инновационного развития предпринимательства позволяет синхронизировать работу всех подразделений организации с ее корпоративными целями. Инновации, связанные с обслуживанием клиентов, процессами (процессно-ориентированные

инновации) в бизнес-модели его развития, а не с продуктом (продуктово-ориентированные инновации), играют все более важную роль.

В рамках проектного финансирования можно получить значительные преимущества для предпринимательской и венчурной концепций, которые также могут быть использованы в сфере государственно-частного партнерства при создании малых научно-производственных кластеров и других форм межфирменных (межорганизационных) взаимоотношений. .

Есть несколько неоспоримых преимуществ проектного финансирования [4]:

Первое преимущество - это обеспечение финансовой оптимизации. Традиционные подходы к кредитованию и финансированию предпринимательской инициативы требуют возлагать ответственность за привлеченные средства не на конкретную инициативу (инновационную или венчурную), а на весь бизнес предпринимателя.

Второе преимущество проектного финансирования - повышение эффективности инновационного предложения венчурной деятельности.

Третье важное преимущество - проектное финансирование позволяет оптимизировать производственные риски в рамках реализации инновационной и венчурной концепции.

В отличие от других форм финансирования (в том числе с использованием средств венчурных фондов) проектное финансирование позволяет не только развивать малое и среднее предпринимательство в инновационной сфере, но и в сфере высоких технологий (в том числе в виде малых научно-производственных кластеров), а также для реализации социальных проектов совместно с государством в рамках государственно-частного партнерства.

Однако наряду с этим необходимо отметить, что уровень, качество и эффективность проектного финансирования в значительной степени зависят от состояния социально-экономического развития страны и темпов экономического роста. Поэтому для развития проектного финансирования в экономике России необходимо обеспечить следующие условия:

1. Стабильная ситуация в экономике;
2. Наличие рынков для продажи продуктов и услуг, полученных в результате проекта;
3. Выявление рисков;
4. Доступность финансирования;
5. Политическая стабильность;
6. Страхование рисков.

Таким образом, можно отметить, что проектное финансирование целесообразно рассматривать как современный инструмент привлечения денежных и инвестиционных ресурсов в инновационные и венчурные концепции, имеющие высокий потенциал успешной коммерциализации на потребительских рынках. Российское предпринимательство, которое имеет ограниченный доступ к традиционным кредитным ресурсам и не всегда может

получить финансовую и инвестиционную помощь от венчурных фондов, должно рассматривать проектное финансирование как стимул для развития и интенсификации экономического роста. В целом это положительно скажется на состоянии национальной макроэкономической системы.

Список использованных источников:

1. Бигус, Дж., 2020. Постановка венчурного финансирования, возможности для инвесторов и патентное право. Журнал бухгалтерского учета предприятий и финансов, 33 (7-8): 939–960.
2. Фияксель Е.А. Теория, методы и практика венчурного бизнеса. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, С. 220.
3. Поляков, А.А., Э.В. Чертина, М.А. Тамаев, 2015 Венчурная индустрия и венчурные инвестиции: российская и зарубежная практика. Продвинутое исследование в области науки: теория и практика, 4: 41-50.
4. Тверев Д.Ю., 2019. Проблемы и перспективы развития системы финансирования инноваций в России. Обзор европейских исследований, 7.9: 140-150.

Шацкая Э. Ш., к. э. н., доцент,
Максимова В.В.

ГБОУ ВО РК «КИПУ им. Ф. Якубова», г. Симферополь

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ КАК ПЛАТФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Нынешний век- век технологий и открытий во многих областях. Наука не стоит на месте, наша планета развивается с каждым днём. Всё это происходит благодаря сотрудничеству людей друг с другом, а для реализации этого сотрудничества необходимо единое средство, с помощью которого можно было бы осуществлять контакты, общение. Именно таким универсальным средством является язык.

Всего в мире 7 106 зарегистрированных языков проектом Ethnologue в 2014 году. Все они являются неотъемлемой частью жизни каждого народа, а так же, составляющей для международного сотрудничества.

В наши дни, владение иностранными языками стало одним из важнейших критериев успеха в профессиональной деятельности. За последние года, было признано, что иностранные языки – это инструмент межкультурного общения, которые позволяют интегрироваться в мировое сообщество. XXI век был также провозглашен ЮНЕСКО веком полиглотов. В современном информационном мире очень высоко ценятся люди, способные хорошо преподнести информацию, качественно убеждать, уметь дать мотивацию и вдохновлять, а для этого нужно овладеть искусством эффективного общения с любым обществом. Наблюдается постоянное увеличение веса английского языка как

основного языка международного общения во всем мире. Это является закономерным в силу глобализации экономики. И это приводит к выводу, что английский - единственный язык, который, по-видимому, заслуживает классификации как глобальный, поскольку его историческая трансформация предвосхищается уже несколько десятилетий, хотя его охват не всегда производился таким приятным, естественным образом, как это отстаивает историк Дэвид Нортруп (2013). Дело в том, что добровольно, спонтанно или насильно английский язык расширил свое господство на земном шаре; Сегодня около 1,5 миллиарда человек по всему миру говорят по-английски — это 20% всех людей на Земле. При этом только для 360 миллионов человек это родной язык — остальные учат его как второй иностранный язык.

В современном мире международные контакты становятся более востребованы во всех сферах деятельности. Обучение иностранным языкам находятся в пристальном внимании международных организаций. Расширение сферы межнациональных отношений создает все больше возможностей для международного сотрудничества и изучения иностранного языка как средства межкультурной коммуникации. За последние десятилетия произошло много изменений: налаживается экономическая связь между предприятиями России и иностранными предприятиями, проводятся различные международные конференции, собрания, тематические выставки, осуществляются программы студенческих обменов. К тому же, в нашей стране все более возрастает интерес к выходу отечественных компаний на мировой рынок, так как Россия стала привлекательна для иностранных инвесторов и предпринимателей. Поэтому, лицам, занятым коммерческой деятельностью с зарубежными странами, приходится использовать различные формы бизнес коммуникации. Эффективная бизнес-коммуникация – это практически искусство и наука, которые требуют владения определёнными навыками общения для формирования профессиональной и социокультурной компетенции в политической, профессиональной и бытовой сферах в многокультурном разнообразии современного мира, ведь от коммуникативного успеха зависит глобальный процесс взаимопонимания и сближения культур. Именно поэтому так важна методология обучения межъязыковой и межкультурной коммуникации. Кроме того, она необычайно актуальна в условиях глобализации. Владение иностранными языками обеспечивает реализацию таких важных аспектов профессиональной деятельности, как своевременное ознакомление с новыми технологиями, открытиями и тенденциями в разных областях, например: в моде, в естественных науках, в развитии медицины, фармации, и, конечно же, в установлении контактов с зарубежными коллегами

Очень важно, чтобы результатом обучения иностранному языку была не только коммуникативная, но и социальная компетенция. А сам процесс обучения должен превратиться в межкультурное обучение, которое включает различные аспекты, например: различия прошлого обеих стран, правила, необходимые для ориентации в стране, различия норм поведения, сложившиеся стереотипы собственной культуры и культуры другой страны, личностные

изменения в результате межкультурного обучения, лексика, грамматика, речевые образцы и т.д.

Одной из самых важных частей в международной коммуникации, является сама коммуникация. Сфера делового общения велика, она требует обширных умений, начиная с умения найти зарубежных коллег, заканчивая коммуникативными умениями. Необходимо всё время налаживать контакты с иностранными партнерами, уметь познакомиться, представить себя и свои исследования, как при личной встрече, так и онлайн. Лексика, используемая для деловой переписки и делового общения, ограничена, она отличается от лексики, используемой в повседневном общении, которая часто эмоционально окрашена личным мнением, отношением, предубеждениями. Иностранцам следует четко определить, чем они занимаются и чего хотят добиться от сделки. На переговорах желательно не только отстаивать собственные интересы, но и показать коллегам выгоду, которую они извлекут из соглашений.

Больше всего, в деловых отношениях ценится точность и краткость передачи информации, оперирование общепринятыми клише. В процессе бизнес коммуникации важно учитывать конкретного собеседника, уметь предвидеть его реакцию на письменное или устное выражение. Важно всегда сохранять спокойствие и позитивное, доброжелательное отношение к адресату.

В заключении, хочу отметить, что знание языков — это необходимость для современного человека. К тому же, такого работника больше ценят, в нём больше заинтересованы. Какую отрасль ни возьми, развитие в ней происходит очень быстро, а для того чтобы быть первоклассным специалистом нужно уметь находить актуальную информацию о новых тенденциях и открытиях, важно быть в теме всего, что происходит в мире. Так, если человек знает иностранный язык, ему не придется ждать, пока эту информацию переведут. А во время командировки в другой стране, не придётся переплачивать переводчику, от которого будет зависеть судьба компании.

Список использованных источников:

1. Дубовцова, Т. А. Инновационные технологии обучения иностранным языкам / Т. А. Дубовцова. – Германия: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2015. – 49 с.
2. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М.: Slovo. – 2000. – С. 386.
3. Blommaert, Jan (ed.) (1999): Language Ideological Debates. Berlin: Mouton De Gruyter.
4. De Swaan, Abram (2001): Words of the World. Cambridge: Polity Press.

ПАРАМЕТРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ «ГАЗПРОМ»

Газовая промышленность – один из самых стабильных элементов топливно-энергетического комплекса и всей экономики России, крупнейшая составляющая мировой системы энергоснабжения. Доля газа в первичном топливно-энергетическом балансе страны составляет около 50%. Россия занимает первое место в мире по добыче газа, разведанным запасам и прогнозным ресурсам, на которые приходится около 25% мировой добычи. Российская Федерация – крупнейший в мире экспортер газа, на долю которого приходится более 40% мировых поставок газа.

«Газпром» обладает исключительным правом на экспорт газа, имеет разветвленную газотранспортную инфраструктуру в России и обеспечивает 87% всей добычи газа в стране. Компания постоянно работает с федеральными властями над совершенствованием существующих подходов к государственному регулированию и стремится обеспечить равную рентабельность поставок газа в разные регионы. Кроме того, были внесены предложения по переходу к тарифному регулированию в газовой сфере на основе затрат с экономически обоснованным возвратом оптовой цены [1].

«Газпром» имеет хорошие возможности для конкуренции с другими поставщиками газа на европейском рынке, в результате РФ сохраняет статус регионального энергетического лидера. В обозримом будущем ЕС останется крупнейшим рынком российских энергоресурсов. Несмотря на лидирующее положение «Газпрома» среди европейских газовых компаний, у организации есть серьезные конкуренты по сравнению с другими странами. Это связано с увеличением доли нефти и газа в энергетическом балансе Северной Африки (Алжир, Ливия, Египет), а также стран Каспийского региона, Центральной и Центральной Азии и Ближнего Востока.

На внутреннем рынке на долю «Газпрома» приходится почти половина всей переработки газа, а также около 20% нефти и газового конденсата. Также компания является основным поставщиком на территории СНГ, крупнейшим экспортером на европейском рынке (доля потребителей составляет 30,2%). Поэтому первым параметром, обеспечивающим международную конкурентоспособность «Газпрому» является сформированный обширный потребительский рынок.

Следующим важным параметром международной конкурентоспособности «Газпрома» является крупнейшая в мире газотранспортная система (ГТС), обеспечивающая высокую надежность и бесперебойное газоснабжение потребителей. По состоянию на 2019 год

протяженность газопроводов и ответвлений Газпрома и его дочерних обществ, транспортирующих газ в России, составила 370,7 тыс. км.

Ценовая политика реализуемой компанией «Газпром» обеспечивает стабильный спрос на внутреннем и зарубежном рынках, что является также эффективным параметром международной конкурентоспособности компании (табл. 1).

Таблица 1 – Средние цены на природный газ, реализованный ПАО «Газпром» на внутреннем рынке (включая акциз, за вычетом НДС) за 2018-2019 гг.

Единицы измерения	2018 год	2019 год	Отклонение, 2019 г. по сравнению с 2018г.
руб. / тыс. м3	5530,9	5264,6	-266,3
руб. / тыс. фут3	300,0	292,4	-7,6
долл. США / тыс. м3	291,5	302,3	10,8
долл. США / тыс. фут3	5,6	5,9	0,3

*на основании источника [2]

Как видно из табл.1 средние цены на природный газ на внутреннем рынке РФ, СНГ снизились практически на 5% за 1 тыс. м.куб. и на 2,5 % за 1 тыс. фут.куб.

«Газпром» имеет одни из лучших показателей производства и переработки в промышленности России. Компания входит в тройку крупнейших компаний России по объему жидких углеводородов. По капитализации лидерами российских нефтегазовых компаний являются Газпром, Роснефть, Лукойл, Сургутнефтегаз и НОВАТЭК (таблица 2).

Таблица 2 – Крупнейшие российские нефтегазовые компании

Компания	Рыночная капитализация, млрд. долл.	Место в рейтинге развивающихся стран	Место в глобальном рейтинге
«Газпром»	56,57	18	170
«Роснефть»	45,97	25	213
«Лукойл»	39,58	38	271
«Сургутнефтегаз»	27,47	67	441
«НОВАТЭК»	22,57	91	-

*на основании источника [3]

Как видно из табл.2 по рыночной капитализации как параметру международной конкурентоспособности Газпром занимает лидирующие позиции среди российских компаний и входит в первую двадцатку компаний развивающихся стран.

Около 90% всей добычи нефти и конденсата в России приходится на восемь ВИНК: Роснефть, Лукойл, ТНК-ВР, Сургутнефтегаз, Газпром (включая Газпром нефть), «Татнефть» и «Башнефть», «Русь Ойл». Славнефть контролируется Газпром нефтью и ТНК-ВР. По состоянию на 1 января 2020 года 257 горнодобывающих компаний добывали природный и попутный газ (ПНГ), из них 81 предприятие входит в состав вертикально интегрированной

нефтяной компании и из них 16 компаний - ПАО «Газпром». В структуре производителей на долю Газпрома приходилось 63,9% добычи (-3,4 в 2019 году), добыча вертикально интегрированных нефтяных компаний составила 13,8% (+1,1 в 2019 году), что представлено на рис. 1.

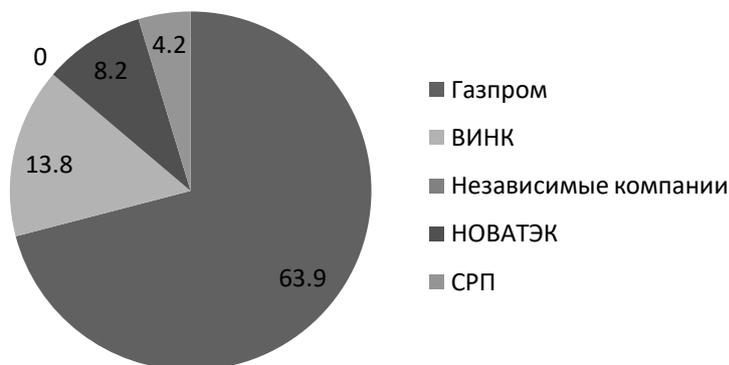


Рис. 1. Структура добычи газа в РФ по группам компаний в 2020 г. [4]

Несмотря на неблагоприятную ситуацию на мировом нефтяном рынке, российский ПАО «Газпром» продолжает свою деятельность, внедряет новые технологии в области добычи и разведки нефти, обеспечивает спрос на нефть как внутри страны, так и за рубежом рынка.

Исходя из этого, конкурентоспособность ПАО «Газпром» по сравнению с предприятиями топливно-энергетического комплекса в целом можно охарактеризовать как высокую. Основным конкурентным преимуществом компании является высокая финансовая устойчивость, среди основных параметров, обеспечивающих международную конкурентоспособность ПАО «Газпром», является увеличение продаж и научно-исследовательская деятельность по направлению новых разведывательных работ и оптимизации затрат на производство.

Список использованных источников

1. Анализ конкурентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/11986/analiz_konkurentov
2. Отчетность ПАО «Газпром» за 2018-2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/investors/reports/2015/>
3. Официальный сайт Министерства энергетики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minenergo.gov.ru/>
4. Пятерка ведущих нефтегазовых компаний России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oilcapital.ru/article/general/30-06-2020/pyaterka-veduschih-neftegazovyh-kompaniy-rossi>

ENGLISH AS A PLATFORM FOR INTERNATIONAL COOPERATION

With the development of information technologies and means of communication and their rapid spread around the world, economic and social interaction between people has increased. This was the beginning of a new stage in the development of mankind, called the "era of globalization." This term was borrowed from sociology and cultural studies and introduced into the economy in the early 1980s by T. Levit to indicate the trend of the global process of uniting national markets [1].

Globalization is the most important factor in development of economy, hence the need for international professional communication appears, and this requires a universal international language. It is known that "there has never been a single world language, but at a certain stage in the development of mankind there were single languages for entire cultural areas: ancient Greek (Koine), Latin, Church Slavonic, classical Arabic, Sanskrit, Pali, classical Tibetan, ancient Chinese (Wenyan), etc. They had an international and interstate character, in contrast to non-prestigious and non-official languages of domestic communication "[2]. As a result, it is clear that the present and future of human development is now linked to the ability to communicate.

It is not a secret that the existing Anglo-American model of society was imposed in the developing economies by the Western developed countries [2]. Naturally, in such a model of society and culture, the English language began to claim the role of the first world language in the historical process of human development. This is confirmed by a number of factors [3]:

1. It is the mother tongue of 500 million people in 12 different countries of the world.

2. About 600 million people have a quite high level of English knowledge and use it as a second language. In fact, it is being studied in 90 countries. For example, in the PRC administrative region of Hong Kong, nine out of ten high schools learn English. In France, students in public secondary schools are required to study German or English for a period of four years, and the majority - at least 85% - choose English. Students in Japan must study English for six years before graduating from high school. In some countries, learning foreign languages is mandatory for children, for example, in Russia, where the majority choose English. In Sweden, Norway and Denmark, children are also required to learn English. Not taking into account the UK, from all European countries, Holland ranks first in terms of the number of people who know English. An interesting fact is that since Portugal joined the European Community, the demand for English lessons has exceeded the demand for French language learning.

3. Several hundred million people living in 62 countries have some knowledge of English which has semi-official or official status in these countries.

Thus, there are approximately 1.5 billion people who speak English.

Proficiency in English ensures the implementation of such important aspects of professional activity as timely familiarization with new technologies, discoveries and trends in the development of science and technology, and establishing contacts with foreign colleagues. At present, almost no one disputes the fact that English, along with teaching communication, raising the level of general and professional culture, has a significant educational significance in modern conditions - this is a willingness to promote the establishment of international ties, to represent your country on international platforms.

English predominates in the transport sector, in the media. This is the language of communication in international airlines, the language of travel. Dispatchers and pilots of all international airports speak English. The importance of this language in the modern world is also confirmed by the words of Ouernair Sims, an employee of the American Maritime Border Guard: "If the ships communicated orally, they would find a common language, which would probably be English" [3].

The largest television companies in the world attract a significant part of their audience using broadcasts in English. Also, this language is the language of satellite television.

It is worth noting that English is the language of world youth culture. Around the world, young people, teenagers pronounce the lyrics of the groups "U-2," "The Beatles," Madonna and Michael Jackson, not realizing and not understanding their meaning. This is youth slang.

However, despite the fact that English becomes a global language, it at the same time carries one of the main disadvantages - this is the imposition through language of its values and its way of life and thinking to other peoples. Of course, it is impossible to say that your native language and culture will disappear, but it is worth worrying now that there will be a leveling of national culture, since it may lose the "national vision of the world." To all countries "invaded" by English as a language of international communication, at the same time the Anglo-Saxon culture was also "imposed" (for example, holidays which did not exist in these countries and were alien to their culture), which slowly leads to the loss of the identity of these countries. As a result, every language must try to preserve its identity and strengthen its position on the world stage.

References:

1. Матвеева, В. Ю. Глобализация экономики и международный инновационный процесс [Электронный ресурс] : курс лекц. для студ. по направлению 38.03.01 "Экономика" (профиль "Международная экономика") всех форм обучения / В. Ю. Матвеева ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. междунар. эконом. — Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . – 159 с.

2. Бетчанов Д. М. Английский язык как средство международного общения: плюсы и минусы сложившейся ситуации / Д. М. Бетчанов, Е. С. Водина ; науч. рук. Л. В. Надеина // Проблемы геологии и освоения недр : труды XX Международного симпозиума имени академика М. А. Усова студентов и молодых ученых, посвященного 120-летию со дня основания Томского политехнического университета, Томск, 4-8 апреля 2016 г. : в 2 т. — Томск : Изд-во ТПУ, 2016. — т. 2. — [с. 1202-1203].

3. Стрельцова, А. Д. Английский язык как язык международного общения / А. Д. Стрельцова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 49 (183). — С. 321-324. — URL: <https://moluch.ru/archive/183/46933/> (дата обращения: 11.10.2021).

S. Kuzmenko, M. Kozlova

*SO HE "Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky", Donetsk*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN IMPLEMENTATION PROJECTS OF PJSC GAZPROM

Gazprom is a socially responsible company. The scale of Gazprom's activities is such that they are of strategic importance for the development of the country's entire economy, affecting the interests of a huge number of people. Hence follows a number of the most important principles of the Gazprom Group's activities: to be attentive to the interests of society, to fully contribute to the socio-economic development of Russian regions and the creation of a favorable business climate in them, to maintain decent working conditions, social and mental well-being of people.

Along with the development of its own business, PJSC Gazprom participates in the implementation of many social projects and programs of the federal, regional and international significance [1]. PJSC Gazprom's social programs cover the following areas:

- 1) social and economic development of regions, external social investments;
- 2) social programs addressed to the company's personnel;
- 3) environmental protection and resource conservation;
- 4) corporate communications and social marketing.

The company pays special attention to social and economic support of the regions where the company operates is actively involved in the development and improvement of cities and towns, and improving the living standards of the population. So the company, working in close dialogue with the administrations regions of presence, finances the construction of residential buildings, sports facilities, provides gratuitous assistance to socially vulnerable groups population [2, p. 55-61].

In addition, the social policy of PJSC Gazprom is focused on supporting state programs in the field of health protection, culture and sports. The company supports cultural and sports events, provides assistance to orphanages and educational

institutions, associations of veterans, creative teams. Taking care of future generations, the company supports professional and amateur sports in Russia. Construction of sports facilities, inventory of sports grounds, financing of sportsmen's recreation are just a part of the projects being implemented within the framework of the program to support and develop domestic sports.

PJSC Gazprom is one of the general sponsors of the Zenit football club and also supports the Russian Football Union. The company also finances the hockey club "SKA St. Petersburg", and is a co-founder of the hockey club "Avangard". In October 2006, the company became the main sponsor of the Moscow Region national sailing team at the Russian Championship [3].

Special attention should be paid to programs addressed company personnel, which are divided into professional development programs, social support programs, occupational safety and health programs. The company actively cooperates with a number of higher and secondary vocational educational institutions, which makes it possible to create its own personnel reserve. PJSC Gazprom takes care of its employees, therefore, in addition to the benefits provided by the legislation, it offers a rather impressive social package. Also, special attention at the enterprises is paid to labor protection and reduction of injuries. Increasing the level of industrial safety of Gazprom Neft is facilitated by the introduction of modern technologies that support the constant readiness of the company's enterprises for adequate and prompt action in any emergency.

The main aspiration in working with the personnel of PJSC Gazprom is to ensure that the work is fulfilling, so that employees can fulfill their needs in the professional sphere and can make a career. This is the main reason that the company in its corporate culture implements such principles as incentives openness of relations between employees, objectivity in assessments, initiative, responsibility and focus on results. Based on this, every employee of the company, if he has a desire to achieve success and if he knows his role in the company, will always be able to find support from the management of PJSC Gazprom.

PJSC Gazprom's social policy is competitive advantage of the company, increases its attractiveness in the labor market and is aimed at attracting and long-term retention of good employees. The basic principle of social policy is social partnership, which is carried out through the provision of various types of payments to employees of a social nature, personal insurance, medical, housing and supplementary pensions. The company provides social protection and support to veterans of the Great Patriotic War from among pensioners registered with PJSC Gazprom, its subsidiaries and organizations. Main directions and the principles of social policy are enshrined in the General Collective Agreement of PJSC Gazprom, as well as in the collective agreements of its subsidiaries. In order to attract and retain key and young highly qualified employees, the Company implements a corporate housing program. The program is carried out at the expense of employees with the attraction of funds from the Company using the mechanism of bank mortgage lending (based on the principle of co-financing) [4].

In conclusion, we can say that PJSC Gazprom, the largest integrated oil and gas company in Russia, is not only actively developing its business, but also strives to be a socially responsible corporation.

References:

1. Official site of PJSC Gazprom [Electronic resource]. – URL: <http://www.gazprom.ru/>
2. Gazprom Neft: Responsible Development. Sustainability report. – P. 71.
3. Support for professional sports // Official site of PJSC Gazprom Neft. [Electronic resource]. – URL: <http://www.gazprom-neft.ru/social/sport/>
4. Social responsibility of PJSC Gazprom [Electronic resource]. – URL: [http://www.gazprom.ru/social/Help with deeds](http://www.gazprom.ru/social/Help%20with%20deeds)

S. Kuzmenko, A. Slyusarenko

*SO HE “Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky”, Donetsk*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE COMPANY ADIDAS EXAMPLE

In the modern world characterized by the problem of limitation resources, the need for a prompt response to rapidly changing environmental factors, the need for a flexible policy regulation in order to achieve competitive advantages in strategic development requires the introduction of new highly effective levers and the development of new instruments and levers of influence.

Evolution requires new approaches to maximize needs person, and social capital can become such a tool.

The main provisions regarding social responsibility were laid down in the writings of famous philosophers and scientists such as Aristotle, T. Veblen, I. Kant, E. Durkheim, G. Hegel, F. Nietzsche, N. Machiavelli, A. Camus, Plato and others.

Corporate social responsibility is a concept according to which companies should take into account the interests of society, hold accountable for the impact of their activities on other companies and other stakeholders in the public sphere. It should be noted that in the modern world, this “obligation” goes beyond the established obligations and assumes that the organization voluntarily and personal initiative take additional measures in order to increase the quality of life of workers and their families, as well as the local community, and society as a whole [1].

For more than 80 years, the Adidas Company has been a symbol of success in the world of sports.

The history of the company began in 1920, when a young shoemaker from Herzogenauer (Germany) Adolf Dassler made his first pair of sports shoes [2].

He wanted every athlete to have equipment that would help him achieve better results.

The idea proved to be so viable that the company has made significant strides in both sports and business today, with a wide range of products ranging from basketball and soccer shoes to sportswear and hiking shoes.

In terms of the scale of its activity, LLC Adidas is a large commercial enterprise. Today LLC Adidas has stores in 48 countries around the world.

The company employs over 43 000 people, they are engaged in the development, manufacture, sale of exceptional models of clothing, executed in excellent quality [2].

The social policy of LLC Adidas includes programs and activities aimed at solving the most urgent problems of social development of the team, improving working conditions, ensuring social protection of employees, organizing their rest and medical care.

Programs for work with personnel are aimed at its formation and motivation in accordance with the current and future goals of the Company.

The main goal of the programs is to improve business efficiency and create conditions for its sustainable development.

Along with the main goal of the program of work with personnel, they are aimed at solving problems that have mainly social effects.

Sustainability at Adidas goes far beyond recycled plastic.

Adidas also continues to improve its environmental performance during the manufacturing of products.

This includes the use of sustainable materials, the reduction of CO₂ emissions, and waste prevention.

In 2018 alone, the company saved more than 40 tons of plastic waste in its offices, retail stores, warehouses, and distribution centers worldwide and replaced them with more sustainable solutions.

The company plans to reduce greenhouse gas emissions by 30 % by 2030 [2].

In addition, it is committed to using only recycled polyester in every product and on every application where a solution exists by 2024.

The company sources only sustainably produced cotton.

In addition, the company hasn't used plastic bags in its stores since 2016.

In 2018, Adidas produced more than five million pairs of shoes containing recycled plastic waste [2].

The company plans to more than double that figure this year.

To reach this goal, the company has partnered with global collaboration network Parley for the Oceans, which intercepts plastic waste on beaches before it can reach the oceans.

The waste is then made into a yarn, which becomes a key component in Adidas footwear.

The company also produces other apparel from the recycled material.

Summing up, Corporate Social Responsibility is a voluntary contribution of business to the development of society in the social, economic and environmental spheres, directly related to the main activities of the company and going beyond the minimum specified by law.

References:

1. What is CSR? What is the corporate social responsibility (CSR) [Electronic resource]. – Access of mode: <http://csrjournal.com/839-chto-takoe-sob-chto-takoe-socialnaja.html>
2. The official site of company Adidas [Electronic resource]. – URL: <https://www.adidas.com.my/en/men>

S. Kuzmenko, A. Griban

*SO HE “Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky”, Donetsk*

JSC LUKOIL CHARITABLE FOUNDATION

Charity is defined as giving resources like time and money without expecting anything in return. This selfless giving serves the most vulnerable in society and helps ensure that peoples' human rights and needs are met. Organizations built on this belief are nonprofits, which means they don't benefit financially from donations intended for the causes they serve. Charities have existed for hundreds of years in various forms. Today, you can find charities for countless causes focusing on health, culture, education, the environment, jobs, and more, what determines the relevance of this topic. An important role in the development of this topic was played by the works of scientists L. Ruzhanskaya, M. Lviv, A. Sterkhov etc.

The main purpose of the work is to consider the charitable activities of multinational corporations on the example of JSC Lukoil.

Based on the purpose of the work, we can distinguish tasks:

- 1) study of the main strategy of JSC Lukoil;
- 2) analyze JSC Lukoil's charitable programs;
- 3) investigate the activities of the corporate social responsibility of JSC Lukoil's business in the Russian Federation.

The absolute priorities of the corporation at all levels of the value chain are the issues of industrial, environmental, social, as well as personal safety of employees of JSC Lukoil Group enterprises and improving the safety culture in the supply chain.

The approach to sustainability management is based on the alignment of the Company's interests and plans with the principles of sustainable development of the United Nations, universal values, global trends, as well as national and regional development priorities.

Strategic goals of the JSC Lukoil group's sustainable development are following:

- 1) industrial and environmental safety, reliability and efficiency of technological processes. The company strives to improve industrial safety, reduce the level of industrial injuries, ensure trouble-free operation of production facilities and constantly reduce the impact on the environment;

2) competitiveness. The Corporation is focused on improving the overall operational efficiency and achieving a more rational use of resources (natural, human, industrial and financial);

3) social responsibility. The Corporation treats stakeholders responsibly and always takes into account their needs. They also carry out a responsible social policy towards employees and make a significant contribution to improving the standard of living in the regions;

4) return on equity. The company adheres to a flexible reinvestment policy, constantly works to improve efficiency and promotes technological development. Thanks to the successful implementation of this strategy, competitive advantages are preserved, shareholder value is created and the investment attractiveness of the Company increases [1].

The company developed and approved the “Social Code” in 2001, where it systematized and defined the main directions of its charitable and social activities. The code outlines two approaches: social investment and traditional charitable assistance. According to the head of the JSC Lukoil Charitable Foundation, I. Beketov, there cannot be just social investments in Russia: “Charity in its pure form dominates, and it is deceit to say that the company is engaged only in investing. Given the state of the economy, cultural institutions, health care, it is too early to talk about social investment in its pure form”. Therefore, the company spends most of its budget on “pure charity: improving the state of the material base of a particular healthcare institution, schools, etc.”

The company takes care of 17 universities in Russia, equips them with equipment, simulators, repairs dormitories, etc. Students of specialized universities are potential employees of the company. The company encourages students with scholarships, internships in production, which is part of the policy of forming the personnel reserve of JSC Lukoil. There is also the practice of patronage of schools, which has been preserved since the times of the USSR.

The company considers the competition of social and cultural projects to be social investments. I. Beketov considers: “The competition of social projects is a pure example of social investment. For 1 ruble that we invest, we attract 3-5 rubles of co-financing. This is an investment”. The competition is held annually in the regions of the company's presence (10 subjects of the Russian Federation). This year it will also be held in Tatarstan. Recipients of assistance are fi- individuals or organizations. The decision on the winners is made by a special competition commission, which includes representatives of the company, local authorities, public and commercial organizations. The funds are allocated in the following categories: “Ecology”, “Mercy”, “Culture and Art”, “Physical culture, sports and tourism”, “Native Land”. The budget of the competition consists of funds CF “Lukoil”, funds of various subsidiaries and funds of grant applicants [2].

The principles of JSC Lukoil's CSR are as follows: dynamic and successful development of the company, which will ensure its worthy place at the world level. Without achieving high production and financial indicators, the company cannot be socially responsible; people are our value. The decisions made by the company

should take into account the interests of all interested parties and be clear to them. The company strives to find optimal solutions through internal social policy and charitable programs; objectively assessing that the production activity does not pass without a trace for the environment, the company takes practical measures to reduce and prevent possible negative consequences for the environment, as well as in the field of industrial safety and labor protection. Due to the implementation of programs to reduce accidents at work and the implementation of measures in the field of labor protection, the indicators of industrial injuries in JSC Lukoil are significantly lower than the industry average [3].

Realizing the degree of responsibility to society for the rational use of natural resources and the preservation of a favorable environmental situation, JSC Lukoil is guided by high standards of environmental protection and industrial safety. The implementation of social and charitable programs is one of the most significant strategic tasks of the company, which allows developing partnerships with state and local government bodies, as well as regional communities. It is concluded that strict adherence to the criteria of modern business becomes the key to competitiveness and sustainable development. The results of the study can be used in compiling a rating of socially responsible companies, developing ethical codes and drawing up ethical maps.

References:

1. The official website of the company "Lukoil" [Electronic resource]. – URL: <https://lukoil.com>
2. Features of charitable activities of companies in the oil and gas industry, Charity Aid Foundation, 2019 [Electronic resource]. – URL: <https://csr2019.lukoil.com/about/strategy/strategic-goals>
3. A. Sterkhov Corporate and Social Responsibility of JSC Lukoil / A. V. Sterkhov // 2017 [Electronic resource]. – URL: https://otherreferats.allbest.ru/economy/00706947_0.html

СЕКЦИЯ 6. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Балабанова Л.В., д.э.н., профессор,
Шайна А.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

АУДИТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ТМ «ДОНКО»

Маркетинговый товарный аудит выступает функцией контроля товарной политики. В целом, процесс маркетингового товарного аудита построен в 3 этапа: аудит товарной силы предприятия; аудит экономической и социальной эффективности управления товарной политикой; аудит товарных рисков.

Для проведения аудита экономической и социальной эффективности управления товарной политикой ТМ «ДонКо», была разработана компьютерная программа (Таблица 1). Данный аудит был проведен по следующим этапам: определение критериев оценки социальной и экономической эффективности управления товарной политикой, расчет их интегрального показателя, определение уровня социальной и экономической эффективности управления товарной политикой.

Таблица 1 – Компьютерная программа аудита социальной и экономической эффективности управления товарной политикой

Этапы модели	Математический вид	Программный вид
Расчет интегрального показателя социальной эффективности управления товарной политикой	$I_{\text{соц}} = 0,5 \sin \frac{360^\circ}{n} (X_1 X_2 + X_2 X_3 + X_n X_1)$ <p style="text-align: center;">где</p>	=0,5*SIN(2*ПИ()/СЧЁТ(B4:B14 B8+B9*B10+B10*B11+B11*B12+B12*B13+B13*B14+B14*B4))
	$X_1 - X_n$ - балльная оценка n-го критерия социальной эффективности управления товарной политикой	
Расчет интегрального показателя экономической эффективности управления товарной политикой	$I_{\text{экон}} = 0,5 \sin \frac{360^\circ}{n} (X_1 X_2 + X_2 X_3 + X_n X_1)$ <p style="text-align: center;">где</p>	=0,5*SIN(2*ПИ()/СЧЁТ(D4:D17*D8+D9*D10+D10*D11+D11*D12+D12*D13+D13*D14+D14*D15+D15*D16+ D16*D4))
	$X_1 - X_n$ - балльная оценка n-го критерия социальной эффективности управления товарной политикой	
Определение уровня социальной эффективности управления товарной политикой	Выделение балльного и процентного интервалов, каждый из которого соответствует определенному уровню	=ЕСЛИ(K16<K17;"Низкая";ЕСЛИ(K16>K18;"Високая";"Средняя"))

Этапы модели	Математический вид	Программный вид
Определение уровня экономической эффективности управления товарной политикой	Выделение бального и процентного интервалов, каждый из которых соответствует определенному уровню	=ЕСЛИ(D21<D22;"Низкая";ЕСЛИ(D21>D23;"Високая";"Середняя"))

Критериями социальной эффективности управления товарной политикой являются: степень удовлетворенности потребителей покупкой товаров; имидж торгового предприятия; отношения предприятия с финансово-кредитными учреждениями; отношения предприятия с Комитетом по стандартизации, метрологии и сертификации; сотрудничество предприятия с Управлением по защите прав потребителей; сотрудничество предприятия с учебными и научными заведениями; отношения предприятия с благотворительными организациями; целесообразность организационной структуры по управлению товарной политикой; оценка условий работы работников предприятия; эффективность делегирования полномочий по управлению товарной политикой; развитие системы стимулирования работников, занятых в области управления товарной политикой. В качестве критериев экономической эффективности выбраны следующие: рентабельность реализации товаров; рентабельность затрат, связанных с управлением товарной политикой; уровень затрат, связанных с управлением товарной политикой, к товарообороту; темп прироста сбыта товаров; ритмичность реализации товаров; запас финансовой устойчивости; рентабельность товарных соглашений; скорость оборачиваемости товарных запасов; рентабельность товарных запасов; темп изменения интегрального показателя эффективности использования товарных запасов; доля залежавшихся товаров в общем объеме товарных запасов. Интегральный показатель социальной эффективности и интегральный показатель экономической эффективности управления товарной политикой был рассчитан в баллах и процентах методом «Паутина» в соответствии с компьютерной программой (Таблица 1). По результатам расчета был построен многоугольник социальной и экономической эффективности ТМ «ДонКо» (рис. 1).

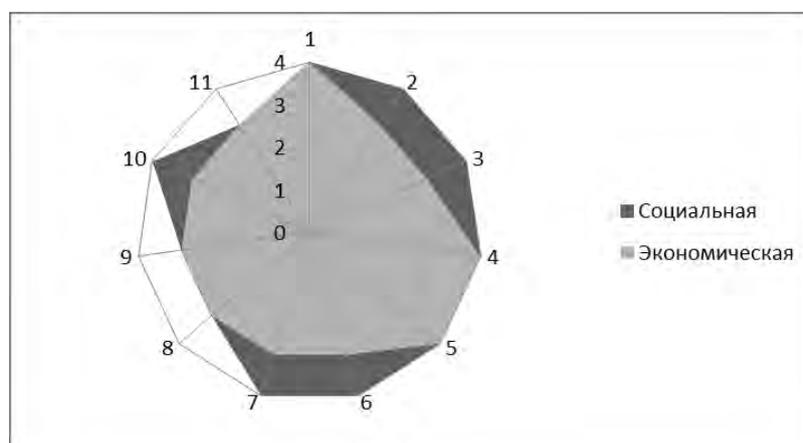


Рисунок 1 – Многоугольник социальной и экономической эффективности ТМ «ДонКо»

Уровни интегрального показателя социально-экономической эффективности управления товарной политикой приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Уровни интегрального показателя социально-экономической эффективности управления товарной политикой

Интервал оценки интегрального показателя социальной эффективности		Интервал оценки интегрального показателя экономической эффективности		Уровень интегрального показателя
в баллах	в %	в баллах	в %	
2,4-21,8	≤ 33,2	2,6-23,0	≤ 33,2	Низкий
21,9-41,3	33,3-66,5	23,1-43,5	33,3-66,5	Средний
41,4-60,8	≥ 66,6	43,6-63,9	≥ 66,6	Высокий

Таким образом, интегральный показатель социальной эффективности составил – 36,9, экономической эффективности- 35,1 – уровень интегрального показателя находится на среднем уровне.

Список использованных источников:

1. Балабанова Л.В. Управление маркетинговой товарной политикой : уч. пособ. / Л.В. Балабанова, Е.А. Брындина. – Донецк : [ДонНУЕТ], 2010. – 308 с.
2. ДонКо Донбасс Кондитер: официальный сайт [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://donko.info/> Балабанова Л.В., д.э.н., профессор,

Балабанова Л.В., д.э.н., профессор,
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк
Мачкевская О.В., к.э.н., доц.

ИЭиП (филиал) ОУП ВО «АТиСО» в г. Севастополе

СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА

Термин «контроллинг» происходит от английского слова «to control» - руководить, управлять, а следовательно уже рассматривается как концепция управления определенным объектом. Поэтому более целесообразно употреблять термин «контроллинг персонала», поскольку «контроллинг управление персоналом» означает «управление управлением персоналом», то есть является тавтологией понятию.

Следует также обратить внимание, что большинство авторов отождествляют понятия «кадровый контроллинг», «контроллинг персонала», «контроллинг человеческих ресурсов», хотя понятия «кадры», «персонал» и «человеческие ресурсы» не являются тождественными.

Персонал целесообразно определять как совокупность всех работников предприятия, занятых выполнением определенных обязанностей.

Кадры предприятия представляют собой основной штатный состав квалифицированных работников организации.

Ковалев С.В. рассматривает человеческие ресурсы как рабочую силу, которой владеет предприятие для достижения собственных целей [1, с.180].

Лукиных Т.Н. предлагает определять человеческие ресурсы как совокупность трудовых, интеллектуальных, творческих, предпринимательских способностей и моральных качеств рабочих, рациональное использование, формирование и развитие которых обеспечивает эффективность и конкурентоспособность организациям в рыночной инновационной среде [2, с.180].

Следует отметить, что человеческие ресурсы в последние годы рассматриваются как основной стратегический ресурс организации, что в отличие от материальных, финансовых, информационных и иных видов ресурсов предприятий выступают в качестве главного фактора обеспечения производительности труда, стратегической направленности деятельности, а следовательно эффективности и обеспечения успешности и длительности деятельности предприятия на рынке. Следовательно, человеческие ресурсы рассматриваются как экономическая категория и ее применение целесообразно в пределах ресурсного контроллинга, а не социально-ориентированного.

Так как контроллинг - это технология управления, направленная на обеспечение достижения целей деятельности предприятия, а в обеспечении достижения целей участвуют не только штатные квалифицированные работники (кадры), но и нештатные работники предприятий (стажеры, практиканты и другие), которые работают как на платной основе, так и в ряде случаев бесплатно, целесообразным считается для характеристики процессов контроллинга в сфере управления персоналом употреблять термин «контроллинг персонала».

Следует выделить системный, функциональный и концептуальный подходы к определению сущности «контроллинга персонала». Все эти подходы отмечают, что контроллинг персонала направлен на эффективность управления персоналом, на обеспечение достижения целей управления персоналом, информационное и

методическое обслуживание процесса принятия управленческих решений.

Основное понимание концепции контроллинга персонала, принятое авторами Полозовой А.Н. и Евсеевой С.В. [3, с.2], находится на пересечении двух плоскостей управления персоналом в достижении целей организации:

- как технология инструментального управления персоналом;
- как системный процесс управления персоналом на базе возможности критически оценивать ситуацию, самостоятельно или коллективно принимать управленческое решение относительно достижения целей организации.

Таким образом, контроллинг персонала следует рассматривать как технологию управления, направленную на поддержку, обоснование и повышение эффективности управленческих решений относительно управления персоналом, и обеспечивает достижение в данной сфере целей предприятия, гибкость и адаптивность системы управления персоналом в комплексе.

Список использованных источников:

1. Ковалев С.В. Система контроллинга персонала промышленной организации / С.В. Ковалев. – М.: КНОРУС, 2010. – 264 с.

2. Лукиных Т.Н. Человеческие ресурсы в условиях информационной экономики / Т.Н. Лукиных // Гуманитарная информатика : Открытый междисциплинарный электронный журнал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/luk.htm>>

3. Полозова А.Н. Концептуальные положения персонал-контроллинга в производственных организациях / А.Н. Полозова, С.В. Евсеева // Проблемы региональной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.lerc.ru/?part=bulletin&art=19&page=13>>

Гасило Е.А., к.э.н., доц.,
Мовчан Н.С.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ОБОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

От успешности и своевременности реализации инновационных стратегий в товарной политике предприятия зависит не только эффективность управления товарной политикой, но и эффективность управления предприятием в целом, так как именно эффективная товарная политика обеспечивает предприятию в

конечном итоге необходимый уровень рентабельности и ликвидности деятельности.

Для формирования стратегии реализации новых товаров для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. была использована матрица, представленная на рисунке 1.

		Приверженность потенциальных покупателей к новизне товаров		
		Высокая	Средняя	Низкая
Инновационная товарная интенсивность	Высокая	Стратегия защиты позиции	Стратегия минимизации риска реализации новых товаров	Стратегия проникновения в новые сегменты рынка
	Средняя	Стратегия товаров «рыночной новизны»	Стратегия адаптации товаров	Стратегия «сбора урожая»
	Низкая	Стратегия горизонтальной диверсификации	Стратегия получения максимальной выгоды	Стратегия диагональной интеграции

Рисунок 1 – Матрица формирования стратегий управления реализацией новых товаров для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А.

Таким образом, при низкой инновационной стратегии и средней приверженности потенциальных покупателей к новизне товаров, для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. целесообразно использовать стратегию получения максимальной выгоды. Согласно данной стратегии предприятию необходимо разработать гибкую систему скидок, включить в товарный ассортимент товары-новинки.

Далее для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. необходимо сформировать стратегию изменений в управлении маркетинговой товарной политикой (рисунок 2).

Таким образом, для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. характерна стратегия модификации товарного потенциала, согласно которой товарная политика требует незначительных изменений в разрезе ресурсного, маркетингового и управленческого блока товарного потенциала.

Состояние факторов товарного потенциала	Стратегия изменений в управлении маркетинговой товарной политикой
Высокий уровень	Поддержка состояния товарного потенциала
Средний уровень	Модификация товарного потенциала
Низкий уровень	Обновление товарного потенциала

Рисунок 2 – Определение стратегии изменений в управлении маркетинговой товарной политикой для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А.

Так как деятельность предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. находится в допустимой зоне риска, то для него целесообразна стратегия диверсификация (рисунок 3).

Зона товарного риска	Стратегии
Безрисковая зона	Внешнее страхование
Зона допустимого риска	Диверсификация
Зона критического риска	Лимитирование
Зона недопустимого риска	Самострахование
Зона катастрофического риска	Предотвращение риска

Рисунок 3 - Определение стратегии управления товарными рисками

Согласно стратегии диверсификации для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. необходимо осуществить мероприятия, направленные на снижение товарного риска:

- диверсификацию поставщиков товаров;
- диверсификацию товарного портфеля;
- инвестиционную диверсификацию.

Таким образом, при определении стратегии управления реализацией новых товаров было установлено, что при низкой инновационной стратегии и средней приверженности потенциальных покупателей к новизне товаров, для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. целесообразно использовать стратегию получения максимальной выгоды. Согласно данной стратегии предприятию необходимо разработать гибкую систему скидок, включить в товарный ассортимент товары-новинки.

При определении стратегии изменений в управлении маркетинговой товарной политикой было установлено, что для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. целесообразна стратегия модификации товарного потенциала, согласно которой товарная политика требует незначительных изменений в разрезе ресурсного, маркетингового и управленческого блока товарного потенциала.

При определении стратегии управления товарными рисками было установлено, что деятельность предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. находится в допустимой зоне риска и для него целесообразна стратегия диверсификация. Согласно стратегии диверсификации для предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. необходимо осуществить мероприятия, направленные на снижение товарного риска: диверсификация поставщиков товаров; диверсификация товарного портфеля; инвестиционная диверсификация.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг предприятия : учебник / Л.В. Балабанова ; М-во образования и науки Донец. Нар. Респ., Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк :ДонНУЭТ, 2020. – 470 с.
2. Балабанова, Л.В. Управление маркетингом предприятия [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной

Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Донецк: ДОННУЭТ, 2020. – 332 с.

3. Балабанова, Л. В. Управление инновациями в маркетинговой товарной политике предприятия: концепция, методология, интегрированная система, стратегии [Текст] : монография / Л. В. Балабанова, В. В. Орлов ; [М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского"] . – Донецк : Кириенко С. Г., 2018 . – 307, [1] с. — (Школа маркетингового менеджмента)

Гасило Е.А., к.э.н., доц.,

Гоменко Н.О.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Система развития человеческих ресурсов предприятия играет ключевую роль в обеспечении предприятия человеческими ресурсами необходимого качества, следовательно, оценка использования элементов системы развития человеческих ресурсов, позволит выявить резервы повышения эффективности развития человеческих ресурсов предприятия, позволяющие достичь цели предприятия в сфере управления человеческими ресурсами.

Проведем оценку использования элементов системы развития человеческих ресурсов на предприятии ФЛП Воротынцев Д.А. по таким направлениям, как: социальное развитие персонала, профессиональное и личностный развитие (таблица 1). При оценке использовалась 3 - балльная шкала: 1 балл - направление не используется, 2 балла - направление используется не полностью, 3 балла - направление используется максимально.

Таблица 1 - Оценка использования элементов системы развития человеческих ресурсов на предприятии ФЛП Воротынцев Д.А.

Направления развития человеческих ресурсов (вес критерия)	Оценка, баллы
1	2
1. Социальное развитие (0,35)	
Взаимосвязь целей предприятия и его работников	1
Учет и увязка потребностей предприятия и его работников	1
Изучение и оценка потенциала продвижения работников	2
Ознакомление работников с реальными перспективами их роста	3
Выявление работников с высоким потенциалом роста и продвижения	3
Стимулирование разработки индивидуальных планов карьеры	2
Увязывание карьеры и результатов оценки деятельности персонала	3
Определение возможных направлений ротации	2
Ответственность руководителей за развитие подчиненных	3
Обобщенная оценка	2,2
Взвешенная оценка	0,77

Направления развития человеческих ресурсов (вес критерия)	Оценка, баллы
1	2
2. Организационное развитие (0,45)	
Создание благоприятных условий для развития персонала	2
Организация эффективной системы повышения квалификации персонала	2
Обучение непосредственно на рабочем месте:	
- адаптация новых сотрудников	2
- инструктаж на рабочем месте	3
- наставничество	3
- расширение круга обязанностей	2
- делегирование полномочий	3
- демонстрация приемов работы	2
- передача опыта	2
- ротация	2
- применение метода усложнения задач	3
- учебное замещение	2
- подготовка и развитие рабочей команды	2
- консультирование	2
Обучение вне рабочего места:	
- дистанционное обучение	1
- ознакомление с опытом других предприятий	1
- рассмотрение практических ситуаций	2
- деловые игры	1
- моделирование ситуаций	2
- семинары, выставки, симпозиумы	2
- тренинги	2
- ролевые игры	2
- самостоятельное обучение	3
- участие в выставках и других мероприятиях как представителя предприятия	2
- участие в учебных программах	2
- участие в проектах	2
Обобщенная оценка	2,1
Взвешенная оценка	0,95
3. Личностное развитие (0,20)	
Развитие биологического блока личности:	
- устойчивость нервной системы	2
- поддержание физического здоровья	1
Развитие психологического блока личности:	
- психическое развитие личности	2
- развитие познавательных (умственных) способностей	2
Развитие педагогического блока личности:	
- жизненный опыт	3
- приобретение знаний, умений, навыков, привычек	3
Развитие социально - психологически блока личности:	
- формирование системы потребностей работников	2
- формирование системы мотивов	2
- отношения между работниками	2
- моральные нормы	3
- формирование системы жизненных ценностей работников	3

Направления развития человеческих ресурсов (вес критерия)	Оценка, баллы
1	2
Обобщенная оценка	2,3
Взвешенная оценка	0,44
Итого	2,16
1,0 - 1,66 - низкая степень использования системы развития персонала 1,67 - 2,33 - средняя степень использования системы развития персонала 2,34 - 3,0 - высокая степень использования системы развития персонала	

Таким образом, можно сделать вывод, что на предприятии ФЛП Воротынцев Д.А. имеет место средняя степень использования элементов системы развития человеческих ресурсов (оценка составила 2,16 балла). В качестве резервов повышения степени использования элементов системы развития человеческих ресурсов предприятию следует выделить: обеспечение взаимосвязи целей сотрудников и самого предприятия; учет и обеспечение взаимосвязи потребностей предприятия и работников; ознакомление с опытом других предприятий; применение дистанционного обучения; использование в процессе обучения деловых и ролевых игр.

Таким образом, руководству предприятия ФЛП Воротынцев Д.А. в качестве элементов подсистемы развития человеческих ресурсов целесообразно использовать методы индивидуального, группового и командного развития, так как предприятие действует в условиях неопределенности. Первостепенное значение при этом, должны носить процессы создания подсистемы развития человеческих ресурсов, в которой реализация и наращивание инновационного потенциала персонала, а также обеспечение состояния синергии элементов системы развития человеческих ресурсов. Комплексный системный подход, как концепция управления развитием человеческих ресурсов предприятия, способен обеспечить достижение результата в развитии человеческих ресурсов, формирование динамических способностей сотрудников, долгосрочное успешное функционирование предприятия.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Контроллинг персонала: концепция, методология, инструментарий / Л.В. Балабанова, О.В. Лиходедова. – Харьков : Изд-во «НТМТ», 2016. – 173 с.
2. Балабанова, Л.В. Стратегическое управление персоналом предприятия [Текст]: учеб. пособие / Балабанова Л.В., Стельмашенко, Е.В. - Киев: Изд-во «Знание», 2011. - 219 с.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ОБЩАЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИЗУЧЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОБЛЕМ

Современная организация рассматривается как система, имеющая некий уровень адаптивности, способности к саморазвитию и самоорганизации, а также самоуправлению, подвергающаяся, наряду с вышеизложенным, определенным управленческим воздействиям. Рассматривая организацию как открытую систему, большинство ученых отмечает, что данная система всегда существует в условиях нехватки объема или качества информации о проблемах, связанных с ее деятельностью и ее окружением.

В центре современной управленческой концепции стоит утверждение о повышении адаптивности и эффективности деятельности экономических систем в изменяющейся среде функционирования. Поэтому система управления современной организацией должна быть настроена, прежде всего, на формирование стратегических активов предприятия как фактора устойчивости в его развитии и рассматривать создание и использование конкурентных преимуществ в отношении всех видов ресурсов [1].

А потому, системный подход в современных реалиях выступает как общая теоретико-методологическая основа изучения организационных проблем (рисунок 1).

Также в научной литературе в рамках структурного подхода к рассмотрению организации как системы выделяются так называемые аспекты организационных систем (таблица 1.).

Таблица 1. – Основные аспекты организационных систем

Аспект	Характеристика
Производственно-технологический	Отражает производственные (технологические) процессы. Элементами системы являются производственные (технологические) процессы и связи между ними.
Информационный (коммуникационный)	Отражает взаимосвязь источников и потребителей информации. Элементы системы - источники и потребители информации, а также связи между ними.
Информационно-технологический	Отражает процессы формирования и обработки информации, процессы разработки управленческих решений. Элементы системы - процессы обработки информации и связи между ними.
Функциональный аспект	Отражает специализацию подразделений аппарата управления. Элементы системы - функции, управленческие работы и операции.
Социально-психологический	Отражает взаимоотношения людей и групп. Элементами системы выступают конкретные индивиды и группы, а также их взаимоотношения.
Организационно-административный	Характеризует состав органов и объектов управления и их административную подчиненность.



Рисунок 1. - Системный подход как общая теоретико-методологическая основа изучения организационных проблем.

Выделяют следующие основные подходы научных исследований в области систем управления предприятием (таблица 2).

Таблица 2 - Базовые подходы научных исследований в области систем управления предприятием [2]

Подход	Концепции
Рациональный	Научного и административного управления, рациональной бюрократии
Поведенческий	Бихевиористская, человеческих отношений и возможностей
Структурно-поведенческий	Научного управления, системный и ситуационный подходы
Сетевой	Синергетики, подход сетевых взаимодействий

Таким образом, в условиях маркетинговой ориентации деятельности предприятий социально-экономические факторы (ресурсный потенциал, методы управления, мотивация деятельности, квалификация работников и т.д.) определяют не только целесообразные формы организации производства, труда и управления, но и необходимость постоянного развития хозяйственных отношений.

Важное влияние на деятельность предприятия имеют региональные факторы, в том числе природно-климатические (при освоении новых территорий, реализации природоохранных мероприятий) и нормативные (местное законодательство, региональные системы налогообложения и т.д.). Они определяют необходимость развития социальной и производственной государственной инфраструктуры, изменений в системе оплаты труда, обеспечения равновесного природопользования.

В процессе функционирования предприятие концентрирует в себе все эти факторы. Вместе с тем каждая из перечисленных групп факторов обладает различной динамикой по отраслям и регионам и разнообразием влияния на производство: постоянным появлением в структуре этих факторов новых элементов - знаний, видов продукции, потребителей, систем стимулирования, вновь осваиваемых экспортных регионов и т.д.

Список использованных источников:

1. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. Пер. с англ. под ред. А.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 2014. – 752 с.
2. Молчанова, О.П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: Учебник для бакалавриата и магистратуры / О.П. Молчанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 261 с.

Мячин В.В., ассистент
Шуева А.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

SWOT-АНАЛИЗ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Одним из наиболее востребованных инструментов, который традиционно используется для стратегического анализа, является SWOT-анализ. Грамотно составленный анализ позволяет проводить эффективную политику, которая позволяет выйти экономическому субъекту на наиболее высокий уровень деятельности и добиться улучшения ключевых показателей, а также оценить эффективность деятельности конкурентов [1, с. 91].

SWOT-анализ представляет собой совокупность четырех показателей: слабых и сильных сторон организации, возможностей и угроз, путем сопоставления которых может быть изучено текущее состояние организации. При этом рассматриваются как внешние факторы среды, так и внутренние. Внешние факторы окружающей среды являются возможностями и угрозами.

Рынок молочных продуктов в Донецкой Народной Республике (далее ДНР) находится только в стадии становления и развития. Тем не менее, на прилавках магазинов представлен широкий ассортимент молочной продукции. Производство молочной продукции расположено в четырех городах

Республики: Донецке (52,1%), Горловке (45,9%), Макеевке (1,8%) и Енакиево (0,2%). На рынке молочных продуктов Республики доля товаров отечественного производства составляет порядка 70%. Стоит отметить, что на положительную динамику объемов предложения и расширение ассортимента продукции влияют российские поставщики. На витринах магазинов также представлена продукция ТМ «Альпийская коровка» (Московская обл.), «Вкуснотеево» (Воронеж), «ЕМК» («Евдаковский масложировой комбинат», Воронежской обл.), «Мытищенское подворье» (Мытищи) и др. При этом стоимость молочной продукции российских производителей превышает республиканскую, однако отечественная продукция не уступает ей по качеству.

Посредством табл.1 кратко охарактеризуем основные черты каждого из предприятий, функционирующих на территории ДНР и занимающихся производством молочной продукции.

Таким образом, пищевая промышленность ДНР представлена хозяйственной деятельностью следующих отечественных предприятий по производству и торговли молоком и молочными продуктами:

- 1) ООО «Торговый дом «Горняк» (Донецкий городской молокозавод);
- 2) ООО «Твой производитель» (Горловский молокозавод);
- 3) Макеевский молочный комбинат детского питания (производит продукцию для всех возрастов);
- 4) ООО «Донбасская Продовольственная Компания».

Таблица 1 – Основные характеристики предприятий молочной продукции Донецкой Народной Республики

№ п/п	Название	Основной вид деятельности	Торговые марки
1	ООО «Торговый дом «Горняк» (Донецкий городской молокозавод)	Производство молочной продукции, мороженого и замороженных фруктовых льдов, замороженных полуфабрикатов и др.	«Геркулес», «Добрыня», «Глечик», «Володарское», «Гудвин», «Дачный»
2	ООО «Твой производитель» (Горловский молокозавод)	Выпуск широкого ассортимента молочной продукции	«Маричка», «Беларуская ферма», «Главмолоко»
3	Макеевский молочный комбинат детского питания (производит продукцию для всех возрастов)	Производство молочной продукции без консервантов, стабилизаторов и ГМО под ТМ «Река молока»	«Река молока»
4	ООО «Донбасская Продовольственная Компания»	Переработка молока, производство молочной продукции под ТМ «Престиж»	«Престиж»

Составлено автором на основе использования источника [2]

Далее составим таблицу SWOT для исследуемых молочных компаний в Республике (табл. 2).

Таблица 2 – Комплексный SWOT-анализ факторов внутренней и внешней среды молочных компаний Донецкой Народной Республики при реализации стратегий

Характеристика элементов SWOT-анализа	
Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1) широкий ассортимент молочной продукции; 2) хорошая репутация у покупателей; 3) относительно доступная цена; 4) компании имеют несколько торговых марок; 5) наличие системы контроля качества сырья; 6) наличие собственной сырьевой базы; 7) многолетний опыт в отрасли; 8) использование современных технологий в производстве; 9) наличие отлаженной логистики и сети дистрибуции.	1) функционирование в сложной экономико-политической обстановке, потеря рынков сбыта в связи этим; 2) недостаточная сырьевая база; 3) слабая маркетинговая структура; 4) неполное использование производственных мощностей; 5) система корпоративного управления находится на стадии формирования; 6) работа предприятий зависит от качественной координации всего коллектива; 7) недостаток высококвалифицированного персонала из-за экономико-политической ситуации; 8) неразвитая социальная политика предприятия.
Возможности (O)	Угрозы (T)
1) новые виды продукции, применение новых ресурсосберегающих технологий, подходов в управлении; 2) повышение инвестиционной привлекательности отрасли; 3) формирование организационных структур государственного аппарата по управлению отраслью и рынком; 4) пропаганда здорового образа жизни как фактор увеличения объема потребления; 5) увеличение экспортного потенциала; 6) государственные льготы по поддержке агропромышленного комплекса; 7) мировая тенденция увеличения потребления молочной продукции и увеличения доли рынка позволит в перспективе задействовать больше производственных мощностей; 8) создание вертикально интегрированных структур и вследствие этого существенное снижение удельного веса сырья в себестоимости готовой продукции.	1) увеличение конкуренции в области производства молочной продукции; 2) сезонные перебои со снабжением и потреблением сырья; 3) нестабильная политическая и экономическая ситуация в государстве; 4) рост объемов фальсифицированной продукции.

Составлено автором на основе использования источников [3, с. 109; 4, с. 272]

Рассмотрев возможности республиканских молочных компаний, их сильные и слабые стороны, проведя анализ угроз, исходящих из внешней среды, можно определить маркетинговую стратегию фирм.

В соответствии с данной стратегией предприятий молочной продукции ДНР, в 2022 г. ожидается ожидается реальный рост уровня платежеспособного

спроса до 52,7 %, конкурентоспособности молочных предприятий на отечественном рынке – до 51,1 %.

Рекомендации по оптимизации дальнейшего функционирования молочного рынка ДНР с учётом маркетинговой компоненты и SWOT-анализа заключаются в следующем:

1) поддерживать высокий уровень спроса и конкурентоспособности ООО «Торговый дом «Горняк» и ООО «Твой производитель» на отечественном рынке путем улучшения составляющих продуктов и изменением цены на них;

2) поддерживать высокий уровень спроса, повышать уровень конкурентоспособности Макеевского молочного комбината детского питания путём увеличения объёмов инвестирования;

3) повышать объёмы импорта и сбыта ТМ «Альпийская коровка», «Вкуснотеево» и «ЕМК» на молочном рынке ДНР путём расширения ассортимента ввозимой продукции и размещения наружной рекламы данных торговых марок для повышения уровня их узнаваемости;

4) отказаться или прекратить инвестирование/импортирование бесперспективных на исследуемом рынке продуктов ООО «Донбасская Продовольственная Компания» и «Мытищенское подворье».

Список использованных источников:

1. Березина Ю. А. Swot анализ как эффективный инструментарий оценки деятельности организации (на примере ОАО "Молоко" Г.Архангельск) // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 91-95
2. Молочное производство в республике [Электронный ресурс]. – URL: <http://dnr-live.ru/molochnoe-proizvodstvo-v-respublike-issledovanie-dnr-live/>
3. Кучер А.Т., Кучер В.А. Формирование маркетинговой стратегии предприятия / А.Т. Кучер, В.А. Кучер // Вести автомобильно-дорожного института. ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет», Донецк. – 2019. – с. 107-113
4. Гузева Ю.И., Головинов О.Н. Современное состояние и тенденции развития рынка кисломолочной продукции в Донецкой Народной Республике / Ю.И. Гузева, О.Н. Головинов // Оценка социально-экономического развития: опыт и перспективы. ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР. - 2019. – с. 270-273

Охрименко И.Ю., старший преподаватель
ГО ВПО «ДонНУЭТ», г.Донецк

THE WAYS OF INCREASING COMPETITIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

In a context of uncertainty, crisis, increased level of competition in the domestic market, the risks of enterprises' activities increase, that causes the need to

improve the competition mechanism, which will help companies survive and ensure further development.

The study of problems of competitiveness and competitive potential of enterprises is covered in the works of such scientists as: Balabanova L. V., Balabanova I. V., Krivenko A.V., Kotler F., Mazhinsky R. V., Porter M., Kholod V. V. However, most aspects of competitiveness diagnostics are considered as independent areas without the use of complex, integrated and systematic methods.

The aim of the study is to determine the directions and develop recommendations for improving the diagnostics of competitive potential and competitiveness of OOO “Iceberg”.

Competitive potential of an enterprise can be considered as “a set of current and future opportunities of an enterprise to effectively allocate and use resources to achieve strategic goals, meet market needs and obtain competitive advantages” [1]. The components of competitive potential are: organizational and managerial, economic, financial, hr, information, marketing, technological, image potentials.

The assessment of competitive potential was carried out on the basis of using secondary information from internal and external sources of the enterprises; primary information obtained by interviewing specialists of the enterprises. The results are presented in Table 1.

Table 1 - Assessment of the competitive potential of OOO “Iceberg” and OOO “Delita Beauty”

Components of competitive potential	OOO “Iceberg”		OOO “Delita Beauty”		Deviation (+,-)	
	Score, points	Level of reaching the maximum score, %	Score, points	Level of reaching the maximum score, %	Score, points	Level of reaching the maximum score, %
1.Organizational and managerial potential	2,95	59,0	4,15	83,0	-1,2	-24,0
2.Economic potential	3,15	63,0	4,44	88,8	-1,29	-25,8
3.Financial potential	3,70	74,0	4,3	86,0	-0,6	-12,0
4.HR potential	4,02	80,4	4,16	83,2	-0,14	-2,8
5.Information potential	4,10	82,0	4,0	80,0	+0,1	+2
6.Marketing potential:	4,23	84,6	4,24	84,8	-0,01	-0,2
6.1.Product Policy potential	4,62	92,4	4,33	86,6	+0,29	+5,8
6.2.Pricing Policy potential	4,68	93,6	4,41	88,2	+0,27	+5,4
6.3.Sales Policy potential	3,58	71,6	4,18	83,6	-0,6	-12
6.4.Potential of communication policy	4,05	81,0	4,05	81,0	0,0	0,0
7.Technological potential	3,60	72,0	3,4	68,0	+0,2	+4,0
8.Image potential	4,60	92,0	4,60	92,0	0,0	0,0
Average score	3,79	76,8	4,16	83,2	-0,37	-6,4

The conducted diagnostics showed that the competitive potential of ООО “Iceberg” is estimated at an average of 3.79 points and is inferior to the competitive potential of ООО “Delita Beauty” (4.16 points) by 0.37 points.

The level of achieving the maximum assessment (5 points) of the competitive potential of ООО “Iceberg” is 76.8%, and ООО “Delita Beauty” is 83.2%. This is due to a low assessment of organizational and managerial potential (2.95 points), economic potential (3.15 points), financial potential (3.70 points), technological potential (3.60 points), and ООО “Delita Beauty” has a weak only technological potential, which is 3.4 points.

According to the results of the analysis of the marketing potential of ООО “Iceberg”, it was found that it is quite strong (4.23 points). Thus, ООО “Iceberg” pays most attention to the product potential, which is due to high indicators of assessing the competitiveness of the product range (4.39 points).

To solve the problems identified by the results of the study, ООО “Iceberg” is recommended to:

- use the strategy of "market capture";
- apply the strategy of "assessment of competitors 'achievements'", which will allow them to make a breakthrough in the leaders;
- protect market share and neutralize the efforts of competitors, through the offer of better service.

Thus, competitive marketing strategies will allow the enterprise to strengthen the competitive position in the market and increase efficiency.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Управление маркетингом предприятия [Текст]: учебник / Л.В. Балабанова; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Донецк: ДОННУЭТ, 2020. – 181с. – (Школа маркетингового менеджмента).
2. Управление конкурентоспособностью предприятий: Учеб. Пособие / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко, И.В. Балабанова – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2006. – 217 с.

Стельмашенко Е.В., к.э.н., доц.
Шейбут Е.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

HR-ПОТЕНЦИАЛ В ФОРМИРОВАНИИ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одной из ключевых задач для современных организаций (учреждений), которые стремятся не только эффективно функционировать на рынке, но и усиливать свои позиции в перспективе, является формирование их оптимального HR-потенциала в соответствии с требованиями бизнеса. Поэтому

в современных условиях актуализируются вопросы, связанные с эффективным использованием, поддержкой на необходимом уровне и развитием HR-потенциала организаций (учреждений) для достижения их бизнес-целей, а также профессиональных и личных целей их работников.

Несмотря на значительное количество исследований в области трудового и HR-потенциала (который традиционно называют «кадровым потенциалом»), отсутствие единого подхода к их определению и неоднозначность подходов в восприятии их соотношения с категориями «человеческие ресурсы» «человеческий капитал», обуславливают необходимость их определения и содержательного наполнения. По содержанию понятие «человеческие ресурсы» тесно связано и соотносится с такими понятиями, как «кадровый потенциал» и «трудоустройство», однако является более широким. Существующая в современной научной мысли терминология [1] («кадровый потенциал», «личностный потенциал», «человеческий потенциал», «трудоустройство») обуславливает необходимость систематизации соответствующего категориального аппарата, а также определение понятия «HR-потенциал».

Анализ существующих определений понятия «трудоустройство» позволил сделать вывод, что данную категорию целесообразно рассматривать на уровне работника (личный потенциал) и предприятия. Трудоустройство работника (личный потенциал) представляет собой совокупность качеств работника, необходимых для профессиональной деятельности, его компетенций, возможностей в сфере профессиональной деятельности, которые могут быть использованы для достижения личных целей работника. В свою очередь, трудоустройство предприятия - это совокупность трудового потенциала всех работников предприятия в сфере профессиональной деятельности, использование которого направлено на достижение целей предприятия [3]. Анализ многочисленных определений и научных дискуссий по поводу определения категории «кадровый потенциал» позволил выделить основные подходы к трактовке понятия. Кадровый потенциал рассматривается как: совокупность работников, которые могут работать на предприятии при определенных условиях или могут обеспечить качественное выполнение задач; совокупность способностей и возможностей, способных обеспечить эффективное функционирование предприятия, эффективное выполнение обязанностей, эффективное достижение целей и т.д.; совокупность качественных и количественных характеристик персонала; кадры (совокупность работников) и их совместные возможности для достижения поставленных целей, выполнения трудовой деятельности; совокупность качественных, количественных характеристик персонала и возможностей обеспечивать достижение задач предприятия. Однако в существующих определениях кадрового потенциала недостаточно учитываются компетенции персонала, поскольку больше внимания акцентируется на способностях и возможностях персонала. В соответствии с вышеизложенным, правомерным целесообразным является применение категории «HR-потенциал» как совокупности трудового потенциала предприятия и потенциала HR-

взаимодействия, использование которых направлено на достижение как текущих, так и стратегических целей предприятия.

HR-потенциал - это самореализующаяся органическая система, структурообразующими элементами которой выступают трудовые потенциалы отдельных работников. Однако в предприятии главными является не потенциал отдельных работников, а его единый HR-потенциал, который зависит от потенциала работников, но не является их суммой. Это связано с тем, что HR-потенциал предприятия охватывает не только потенциал отдельных работников, но и потенциал HR-взаимодействия, под которым следует понимать совокупность качеств работников, необходимых для HR-взаимодействия, их компетенций и возможностей в сфере HR-взаимодействия, которые могут быть использованы для наиболее результативного достижения целей работников и предприятия.

Потенциал HR-взаимодействия является нематериальной категорией, об эффективности его реализации можно судить не только по эффективности выполнения задач, но и по таким показателям, как: характер и уровень коммуникационного обмена между работниками, морально-психологический климат на предприятии, сила корпоративной культуры. В этом и проявляется эффект синергии: эффект использования HR-потенциала предприятия, превышающего сумму эффектов использования потенциала его работников. Взаимосвязь между рассматриваемыми категориями схематично представлена на рисунке 1. Между трудовым (личным) потенциалом работников и HR-потенциалом предприятия можно выделить еще один уровень потенциала - потенциал группы.

Композиционный анализ состава HR-потенциала показал, что в научной литературе существует большое количество подходов к его структурированию: в составе HR-потенциала выделяется от двух до восьми составляющих.

Поскольку структурно HR-потенциал состоит из совокупности потенциала групп и потенциала HR-взаимодействия, в его составе целесообразно выделять:

- *составляющие, характеризующие структуру трудового потенциала его сотрудников*: психофизиологический, квалификационный и личностный потенциалы; важным является сочетание в одной составляющей интеллектуального (образовательного) потенциала с инновационным (творческим, креативным);
- *составляющие, отражающие эффективность HR-взаимодействия*: потенциал межличностного взаимодействия, потенциал межгруппового взаимодействия, потенциал организационного поведения и мобилизационно-инфлуентный потенциал.



Рисунок 1. - Взаимосвязь категорий «HR-потенциал предприятия», «трудовой потенциал предприятия», «потенциал HR- взаимодействия» [2]

Список использованных источников:

1. Лукьянова Т.В. Управление персоналом: Теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе: Учебно-практическое пособие / Т.В. Лукьянова. - М.: Проспект, 2012. - 72 с.
2. Сардак Е.В. Система управления HR-потенциалом организаций (учреждений) в условиях рыночной экономики / Е. В. Сардак // Торговля и рынок: темат. сб. науч. работ, 2012. 553 с. — С. 87-93.
3. Управление персонал-маркетингом, идеогенез, инструментарий, синергия: монография / Е. В. Сардак. Донецк: ДонНУЭТ, 2012. - 664 с.

Стельмашенко Е.В., к.э.н., доц., Комендантов Р.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных условиях необходимость использования маркетингового подхода к стратегическому управлению обусловлено во-первых, жесткой

конкуренцией как следствием глобализации бизнеса. Глобальные фирмы рассматривают мир как единое целое, в котором стираются национальные отличия, происходит стандартизация потребления.

Продукция глобальных фирм продается во всех странах мира и является важным фактором конкуренции на национальных рынках.

Противостоять давлению товаров глобальных фирм можно, только действуя аналогичными методами, разрабатывая эффективные маркетинговые стратегии.

Во-вторых, тем, что среди функциональных областей на предприятии маркетинга отводится особенное место. Его главная роль вытекает из значимости рынка сбыта как решающего фактора успеха. Это предусматривает, что маркетинг являет собой не только одну из функциональных областей, но и управленческую концепцию для предприятия в целом.

Таким образом, на современном этапе развития экономики ДНР необходимо применение стратегического маркетингового управления.

Специфика коммерческой деятельности при маркетинговом подходе заключается в ее целевой ориентации - более полному удовлетворению запросов потребителей, поскольку с помощью маркетинга коммерческие рабочие получают необходимую информацию о том, какие товары и почему хотят покупать потребители, о ценах, какие они готовы заплатить, о том, в каких регионах спрос на данные изделия, наиболее высокий, где сбыт продукции предприятия может принести наибольшую прибыль.

Необходимость использования концепции маркетинга в коммерческой деятельности торговых предприятий обусловлена следующими обстоятельствами [2] : обострение конкурентной борьбы, то есть на рынок выходит все более производителей и торговых посредников; значительные структурные изменения в отечественном производстве ведут к разделению рынков сбыта и вынуждают постоянно искать новые рыночные возможности; потребителей все больше интересует товар с подкреплением, то есть с совокупностью разнообразных услуг; темпов социально-экономического и научно-технического прогресса; ростом действия неопределенных и чрезвычайных ситуаций во внешней относительно фирмы среде; достаточно распространенная практика недобросовестного бизнеса повышает рейтинг добросовестных поставщиков и обеспечивает им достаточно длительное закрепление клиентуры.

Анализ современной отечественной и зарубежной литературы показал, что вопросы стратегического управления коммерческой деятельностью остались не освещенными. Стратегическая проблематика коммерческой деятельности предприятий в ДНР связана не столько с ускорением отдачи инвестиций или с завоеванием новых рынков, сколько с нестабильностью общей экономической ситуации, критическим состоянием производства, динамизмом внешней конкурентной среды, нарастающей дифференциацией потребностей и изменением позиций потребителя. Ведущие современные

предприятия используют систему стратегического управления, в основе которой лежит концепция маркетинга.

Использование маркетинга обуславливает необходимость системного подхода к управлению коммерческой деятельностью, установление четко сформулированной цели, разработку системы мероприятий относительно достижения этой цели и наличие соответствующего организационного, ресурсного и финансового обеспечения ее реализации.

Маркетинговый подход к стратегическому управлению коммерческой деятельностью - это в первую очередь ориентация предприятий на рынок, на потребителя, который предусматривает быстрое реагирование на рыночные изменения; постоянное изучение потребностей и требований потребителей и их удовольствия лучше, чем это делают конкуренты; поиск и учет новых возможностей на рынке.

Маркетинговый подход к стратегическому управлению основан на оценке следующих параметров:

- внешней среды объекта управления;
- взаимосвязи факторов внешней и внутренней среды;
- маркетингового потенциала;
- степени использования маркетингового инструментария (комплексу приемов, методов коммуникационных связей для обеспечения системы взаимодействия стратегически важных составляющих маркетинговой среды).

Стратегическое маркетинговое управление коммерческой деятельностью торговых предприятий [1] - это совокупность процессов и мероприятий относительно формирования и реализации набора стратегий коммерческой деятельности предприятий для своевременной адаптации ее к изменениям в конкурентной маркетинговой среде, обеспечение развития и высокой результативности коммерческой деятельности через удовлетворение потребностей потребителей и получения на этой основе прибыли.

Основной целью стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью является обеспечение развития и высокой результативности коммерческой деятельности через удовлетворение потребностей покупателей.

В качестве основы процесса стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью предприятий целесообразно использовать соответствующую концептуальную модель (рис. 1).



Рисунок 1. Концептуальная модель стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Управление маркетингом предприятия [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова. – Донецк: ДОННУЭТ, 2020. – 332 с.
2. Балабанова Л.В. Коммерческая деятельность: маркетинг и логистика / Л.В. Балабанова, А. Н. Германчук. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 231 с.
3. Балабанова, Л.В. Стратегическое маркетинговое управление коммерческой деятельностью предприятий: монография / Л. В.Балабанова, А. С. Панчук. - Донецк : ДонНУЭТ, 2011. - 180 с.

Стельмашенко Е.В., к.э.н., доц., Шевченко Д.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ

Постановка стратегических целей развития торговых организаций приобретает в условиях трансформации рыночных отношений особую

актуальность. Эти цели и направления развития в данный период должны определяться новыми, присущими рынку элементами. Задача выхода на мировой рынок, которая стоит перед торговыми предприятиями, требует не только повышения конкурентоспособности продукции, но и еще и активного использования методов внутрифирменного планирования и управления, которое базируется на их стратегическом развитии. Основные предпосылки развития стратегического управления представлены на рисунке 1.

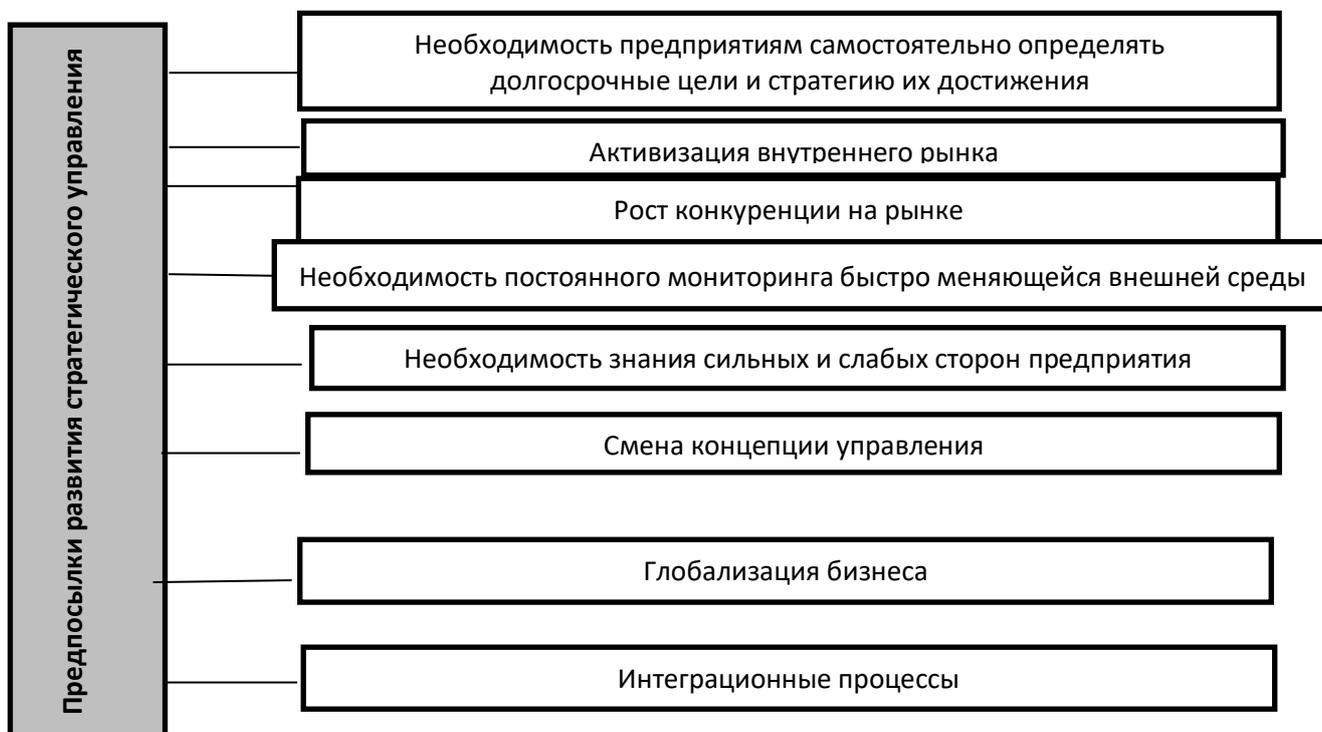


Рисунок 1 – Предпосылки развития стратегического управления [1]

Стратегическое управление ориентирует предприятие на эффективное функционирование в будущем и рассматривает его как систему, которая определяет свою конфигурацию и целевую ориентацию в зависимости от изменений внешней среды.

Товарная политика является центральным элементом маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю.

К решению задач товарной политики на любом хозяйственном уровне необходим стратегический подход: любое решение в указанной области должно приниматься не только с точки зрения текущих интересов, но и с учетом того, как достигаются конечные цели. Такой подход требует концентрации усилий на решающих направлениях.

Стратегическое управление маркетинговой товарной политикой – это совокупность различных подходов по обеспечению стратегического соответствия между целями предприятия и его товарным потенциалом с учетом влияния товарного климата с целью достижения товарной силы, социально-

экономической эффективности и получения долгосрочных конкурентных преимуществ [3].

Как система и комплекс стратегическое управление маркетинговой товарной политикой охватывает совокупность таких составляющих, как: стратегическое маркетинговое управление качеством товаров, стратегическое маркетинговое управление конкурентоспособности товаров, стратегическое маркетинговое управление рыночной атрибутикой, стратегическое маркетинговое управление жизненным циклом товаров, стратегическое маркетинговое управление инновациями в маркетинговой товарной политике, стратегическое маркетинговое управление рисками в товарной политике

Процесс стратегического управления маркетинговой товарной политикой включает в себя: стратегический анализ, стратегическое планирование, стратегическое организацию, стратегический контроль и стратегическое мотивацию.

Для формирования стратегических целей и эффективных стратегий управления маркетинговой товарной политикой необходимо провести стратегический анализ, который предусматривает диагностику стратегической товарной позиции организаций. Стратегическая товарная позиция предприятия - состояние товарного потенциала с учетом влияния на него со стороны товарного климата. Стратегическое планирование маркетинговой товарной политики выступает как процесс разработки механизмов установления стратегических целей маркетинговой товарной политики, определяет стратегический набор и обеспечивает его реализацию [3].

Стратегический набор управления маркетинговой товарной политикой можно определить, как совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых стратегий, которые в комплексе обеспечивают достижение стратегических целей маркетинговой товарной политики и соответствующий уровень социальной и экономической эффективности. Стратегическую организацию маркетинговой товарной политики можно представить, как процесс реализации, поддержки и обеспечения стратегий управления маркетинговой товарной политикой с целью наиболее эффективного приспособления и использования. Стратегическая организация маркетинговой товарной политики осуществляется с помощью организационной структуры управления предприятием; персонала предприятия, занятого в структурных подразделениях, в компетенцию которых входят вопросы формирования товарной политики; информационного и коммуникационного обмена на предприятии, организационной культуры, стиля и методов стратегического управления маркетинговой товарной политикой, материально-технической базы, имиджа предприятия.

Стратегические изменения занимают центральное место в реализации стратегии предприятия и составляют его концептуальную основу. Стратегические изменения переводят предприятие из одного стратегического состояния в другое стратегическое состояние.

Стратегические изменения – изменения, которые происходят в ходе реализации стратегии для достижения определённых стратегических целей

предприятия и предусматривают переводение стратегического потенциала предприятия из одного состояния в другое [1]; целью стратегических изменений является создание условий, необходимых для реализации выбранных стратегий, и проведения мероприятий по их реализации с высокой эффективностью.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова ; Министерство образования и науки ДНР, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган- Барановского. – Изд. 4-е, переработ. и доп. – Донецк : ДОННУЭТ, 2020. – 491 с.
2. Балабанова, Л.В. Управление маркетингом предприятия [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган- Барановского. – Донецк: ДОННУЭТ, 2020. – 332 с.
3. Николайчук В.Е. Основы конкурентного маркетинга: учеб. пособ. / В. Е. Николайчук. – Донецк : Ноулидж (Донецкое отделение), 2010. - 514 с.

Хаирова Э.А..., к.э.н., доцент,
Муратов С.А.

ГБОУВО РК «КИПУ имени Февзи Якубов», г. Симферополь

ПАРАМЕТРЫ И УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Актуальность проблемных вопросов, которые связаны с принятием решений, увеличивает к ним интерес большого числа ученых и практических работников. Принятие решений - это процесс систематизированный. Принятие решений – главный элемент работы менеджеров любого звена любого предприятия. Отсюда можно сказать, что понимание всех тонкостей процесса принятия решений в различных ситуациях, знание и умение применить различные методы и модели принятия решений играет важную роль в повышении эффективности работы управленческого персонала. Процесс принятия управленческих решений происходит параллельно с современными коммуникационными и интеллектуальными технологиями, которые предполагают высокий уровень профессионализма менеджера.

Важность поставленной темы обоснована тем, что принятие решений считается неотъемлемым элементом процесса управления. Принятие решений – это ядро, вокруг которого протекает жизнь предприятия. Многолетний опыт принятия решений сводился только к подсознательному полаганию управляющего на личные навыки. Однако ответственность за принятие организационных решений велика, так как от субъективного решения может зависеть судьба самой фирмы и отдельных ее членов. Поэтому менеджер в современной сложной и стремительно меняющейся среде не может

осуществлять необдуманных решений. Обязанностью руководителя, который принимает те либо иные управленческие решения, является то, что ему необходимо сочетать в себе следующие качества: искусство анализа обстановок, глубокие высококласные знания, способы и приемы принятия решений, профессиональные способности в работе с людьми.

Для любого типа деятельности свойственно принятие решений и от него зависит продуктивность работы одного человека, группы людей либо всего народа конкретной страны. Если смотреть на принятие решения с точки зрения экономики и управления, то напрашивается вывод о том, что это один из важных факторов повышения эффективности производства организации. Эффективность производства, безусловно, в каждом определенном случае зависит от качества решения, принятого менеджером.

Спад качества управленческих решений, которые принимаются на всех уровнях власти и хозяйствования тесно связан со образовавшимися в государстве подходами к построению систем управления, степенью подготовки управленцев, а также специалистов в высших учебных заведениях.

Глобально функционирующие системы управления, основанные на иерархических линейно-функциональных структурах, которые сохранились еще с довоенных лет, считаются одной из ключевых факторов невысокой эффективности управления государственными органами власти, системами социальной защиты, масштабными предприятиями и корпорациями и т.д.

Переход к концепции научного менеджмента в условиях рыночной экономики с жесткой конкурентной борьбой, нацеленного на достижение конкурентоспособности за счет роста качества управленческой работы гарантирует выживание предприятия. Не стремящиеся работать качественно терпят банкротство. Каждый год от 8 до 12 % компаний индустриально развитых государств терпят банкротство по причине невысокого качества управления.

В нынешних условиях наиболее важным считается вопрос формирования таких управленческих решений, которые были бы более эффективными. С этой целью разрабатываются определенные методические рекомендации формирования как эффективных управленческих решений, так и общей концепции принятия решений в современных условиях хозяйствования.

Опыт успешных организаций демонстрирует, что достижение высокой эффективности нереально без должного порядка в области управления предприятием. Необходим конкретный уровень системы управления, для того чтобы принятые решения выполнялись в определенные сроки и с соответствующим качеством. Качество получаемых итогов является следствием качества системы управления организацией [3, С. 153].

Качество управленческого решения - комплекс свойств, которыми владеет управленческое решение, отвечающих в той либо иной мере потребностям эффективного разрешения проблемы. К примеру, своевременность, конкретность, адресность и, в целом эффективность.

Под качеством управленческих решений следует подразумевать уровень его соотношения характеру разрешаемых вопросов функционирования и развития производственных систем, комплекс параметров решения, удовлетворяющих определенных потребителей и обеспечивающих действительность его реализации.

Управленческие решения должны основываться на объективные законы и закономерности общественного развития. С обратной стороны, управленческие решения существенным образом могут зависеть от большого количества субъективных факторов - логики разработки решений, качества оценки ситуации, структуризации задач и проблем, определённого уровня культуры управления, механизма реализации решений, исполнительской дисциплины и т.п. При этом необходимо постоянно помнить, что даже основательно обдуманное решения могут быть безрезультатными, если они не смогут предвосхитить вероятных изменений в ситуации, состоянии производственной системы [1, С. 157].

Согласно данным из статистики, до 60% управленческих решений принимаются под влиянием субъективных факторов, нежели путем рационального просчета альтернатив. Данные сведения являются достаточно печальны, ведь на верхней степени управления, где решения могут коснуться судьбы бизнеса, иррациональные условия влияют ничуть не меньше, чем на нижних уровнях предприятия. Другое дело если бы они принадлежали только к решениям, важность которых невысока, где риск ошибки измеряется сотнями долларов, но исследования говорят об обратном. В основе стратегических решений могут находиться разные мотивы, например: чрезмерная внимательность или стремление к риску, повышенные амбиции либо бездействие, стремление сделать карьеру (на выигрышном проекте) или быть лучшим. Предприятия хотят обезопасить себя от подобных случаев и вводят коллегиальные процедуры обсуждения, а также принятия наиболее острых и рискованных для бизнеса решений («кредитный комитет», «комитет по ценообразованию», «комитет по новым продуктам» и т.д.). Однако, согласно социальной психологии, субъективизм в конкретном случае может не только не упасть, а даже возрасти. В качестве примера можно привести феномен «поляризации» позиций: «если он за, то я, чтобы быть замеченным, должен быть против» [1, С. 37].

Необходимо понимать, что избежать субъективных условий целиком при принятии решений невозможно. Однако, благодаря введению специальных процедур и технологий, можно значительно повысить их качество. В процессе разработки и принятия управленческих решений нельзя упускать из виду то, что также необходимо сформировать условия обеспечения его высокого качества и эффективности. К таким условиям относятся [2, С. 319]:

- применение научных методов менеджмента при разработке управленческих решений;
- учет влияния экономических законов на эффективность управленческих решений;

– использование способов функционально-стоимостного анализа, моделирования, прогнозирования и экономического обоснования управленческих решений;

– структуризация проблемы и создание дерева целей;

– предоставление многовариантности решений;

– обеспечение сопоставимости альтернатив управленческих решений;

– правовая обоснованность принимаемых управленческих решений;

– формирование и обеспечение деятельности системы ответственности и мотивации качественных и эффективных управленческих решений;

– наличие или создание механизма реализации управленческого решения.

Воспроизводство на практике упомянутых условий обеспечения качества управленческих решений довольно непростая задача, а кроме того, еще и очень дорогостоящая. Отсюда рациональное осуществление их полного объема применимо только для целесообразных управленческих решений по дорогостоящим объектам (проектам).

Непосредственное влияние на качество управленческих решений играет еще один немаловажный фактор - число ярусов на предприятии. Прибавление этих ярусов ведёт к искажению данных при подготовке решения, искажению указаний, исходящих от субъекта управления, а также увеличивает неповоротливость предприятия. Непрерывное стремление уменьшить число ярусов управления (уровней) на предприятии обусловлено тем, что такой фактор содействует запаздыванию данных, которые получает субъект решения. [4, С. 224].

Таким образом, принятие решения выступает в роли осознанного выбора из существующих вариантов или альтернатив направления действий, которые сокращают разрыв между реальным и будущим желательным состоянием предприятия.

Качество управленческого решения - комплекс свойств, присущих управленческому решению, отвечающих в той или иной мере потребностям эффективного разрешения проблемы.

К основным параметрам качества управленческих решений относят: степень энтропии проблемы, уровень риска вложения инвестиций, показатель вероятности реализации решения с точки зрения качества, расходов и сроков; уровень соответствия теоретической модели фактическим сведениям, на основании которых она была создана, или уровень точности прогноза.

Эффективность управленческих решений - это ресурсная эффективность, полученная в результате разработки или реализации управленческих решений на предприятии. Качественные характеристики показателей эффективности принятия управленческих решений: своевременность предоставления проекта решения, уровень научной обоснованности решения, ориентация на передовой опыт, многовариантность расчетов, численность занятых в разработке решения, стоимость и сроки реализации проекта, количество соисполнителей и другие.

Список использованных источников:

1. Кузнецова Л.А. Разработка управленческого решения: учеб. Пособие. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2012. – С. 58-59
2. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, Руянцевой, Н.А. Соломатина. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 669 с.;
3. Смирнов Э.А. Разработка управленческих решений: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
4. Карданская Н. Л. Основы принятия управленческих решений: Учеб. Пособие для вузов по экон. спец. и направлениям. - М.: Рус. Деловая литература., 2016. - 288с.

Харламова А.В., преподаватель
ГОУ СПО ЛНР «Краснолучский
горно-промышленный колледж»,
г. Красный Луч, ЛНР

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Современные тенденции в развитии потребления, сопровождающиеся повышением благосостояния и изменением структуры потребительских приоритетов, характеризуются резким возрастанием роли услуг в системе потребностей человека, поскольку «услуга – это одна из форм удовлетворения потребностей человека» [2].

Усиливается и роль управления маркетингом, как главной сферы деятельности предприятий, вопросы организации маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг. Успеха на рынке достигают предприятия, которые наилучшим образом приспособляются к условно внешней среде, активно внедряют маркетинг в системы производства. Сегодня нужны новейшие разработки и технологии в сфере маркетинга для отладки процесса производства и разработки экономической политики, которая будет его защищать.

В современной науке существует два разных подхода к пониманию места и роли системы управления. Первый, традиционный, заключается в том, что система управления маркетингом рассматривается как составляющая часть общей системы управления предприятием. Исходя из этого можно сказать, что система управления маркетингом является равноправной, одинаково значимой системой управления предприятием, как функциональным признаком. Второй подход, характерный современным взглядам ученых, базируется на том, что в процессе организации деятельности предприятия маркетинговая функция определяет саму стратегию функционирования предприятия.

Маркетинговое подразделение координирует, направляет и определяет направление деятельности других подразделений предприятия по непосредственно оказанную услугу. То есть маркетинг играет ключевую роль в

системе управления, организации, планирования и контроля предпринимательской деятельности. [4]

Маркетинговое управление направлено на решение задач воздействия на уровень, временные рамки и структуру спроса таким образом, чтобы предприятие достигло поставленной цели - наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей и клиентов. По сути, маркетинговое управление является управление спросом. Экономическая сущность управления маркетинговой деятельностью предприятия основывается на основных принципах: ориентация на потребителя, адаптивность и гибкость, направленность на перспективу, влияние на потребителя, комплексность, системность, свобода потребителя и производителя, ограничение потенциального ущерба, удовлетворение базовых потребностей, экономическая эффективность, инновации. Принципы маркетинга предполагают, что достижения предприятием своих целей зависит от определения нужд и запросов целевых рынков, а также от более эффективного по сравнению с конкурентами удовлетворения потребителей. [1]

Маркетинговое управление на предприятии реализуется с помощью комплекса инструментов маркетинга. Комплекс маркетинга – это набор инструментов менеджмента предприятия, используемых с целью управление спросом. В совокупности они представляют собой маркетинговую программу действий предприятия на конкурентном рынке. К основным функциям маркетингового менеджмента относятся: анализ - диагностика внешней и внутренней среды, исследование рынка, его конъюнктуры, исследование характеристик и поведения субъектов целевых рынков компании, позиционирование услуг; планирование - формирование маркетинговой стратегии, формирование планов маркетинга на основе исследований, разработки маркетинговых программ; организация - реализации установленных приоритетов организационной структуры маркетинга на предприятии, разработка конкретных задач, определение полномочий ответственности организационных маркетинговых мероприятий; мотивация: разработка и реализация материальных и моральных стимулов для персонала, поддержание корпоративного духа организации; маркетинговый контроль - контроль за исследованием рынка выполнением маркетинговых программ, исправление выявленных ошибок, аудит маркетинга.

Так, в системе управления предприятием именно маркетинг выполняет сопровождающую миссию, начиная с организационно-подготовительной, и, заканчивая контрольной функцией. Формирование маркетинга в системе управления предприятием предусматривает наличие знаний по основам потребностей рынка, процессов производства, финансово-хозяйственных операций, социально-экономических принципов управления предприятием и тому подобное. Реализация концепции маркетингового менеджмента на предприятии возможна с помощью практического внедрения и применение комплексной системы управления на основе маркетинга [3]

На данном этапе развития рыночных отношений ни одно предприятие не может нормально функционировать без применения маркетинга для определения своего положения на рынке, анализа своих возможностей, изучения рыночной среды, определения стратегии развития. Потому, маркетинговая деятельность является общепризнанным признаком современного успешного управления предприятием ее соответствия является обязательным и неотложным.

Список использованных источников:

1. Величко А. В. Особенности управления маркетинговой деятельностью / А. В. Величко // Экономика АПК. – 2010. – №2. – с. 96-97.
2. Данилюк Т. И. Формирование системы управления маркетингом на предприятиях сферы услуг для организации маркетинговых исследований / Т. И. Данилюк // Вестник Волынского института экономики и менеджмента: сб. наук. пр. / Волын. ин-т Экон. и менедж. – Луцк: [Б.в.], 2014.- С. 106-115
3. Курбацкая Л. М. Маркетинг в системе управления предприятием / Л. М. Курбацкая. // Эффективная экономика. - 2013. - № 5.
4. Курбацкая Л. М., Кожушко И. Г. Использование маркетинга в управлении предприятием. // Сборник научных трудов. Выпуск. 16. Том 3. Каменец-Подольский. ПДАТУ. – 2008. – С. 266 – 268.

Шацкая Э. Ш., к. э. н., доцент
Максимова В.В.

ГБОУ ВО РК «КИПУ им. Ф. Якубова», г. Симферополь

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ

Все основные вопросы развития экономики решаются с помощью инвестиций — от создания новых объектов до действующих предприятий. Инвестирование всегда рассматривалось в связи с решением трудных вопросов укрепления позиций компании на рынке, преодоления кризиса в отрасли экономики.

Перед инвестором всегда стоит сложная задача принятия решения об инвестировании. Сложность состоит в том, что таких задач всегда множество, а ресурсы ограничены. Кроме того, каждая из них может быть решена с помощью различных систем машин, технологий, методов организации производства и т. п.

Обоснование решения о выборе приоритетных направлений инвестирования является проблемой экономической. Чтобы достичь главную цель предпринимательской деятельности, недостаточно иметь ресурсы, составляющие суть инвестиций, надо еще умело ими распорядиться.

Методы оценки экономической эффективности инвестиционного проекта, в котором обосновываются способы и средства достижения поставленной производственной задачи, необходимы для принятия такого рода решений.

Надежные методы расчета эффективности инвестиций нужны, прежде всего, самому инвестору — это придает ему уверенность в его действиях и при внешнем заимствовании необходимых средств.

В прошлом решения об инвестировании принимались собственниками на основе опыта и интуиции. Когда впервые возникла задача обновления производственного аппарата, сначала она решалась путем сопоставления очевидных показателей — сравнения затрат на капитальный ремонт и на приобретение нового оборудования. В дальнейшем были предусмотрены дополнительные расходы на возможные эксплуатационные издержки в связи с заменяемой и новой техникой.

О методах оценки эффективности инвестиций в середине XX в. можно было ознакомиться в материалах научно-практических конференций и публикаций. Однако на практике это могло привести к применению неоднозначных методических подходов. Официальные методические рекомендации для оценки эффективности вложений появились в нашей стране в 1960-х гг. Эти рекомендации отвечают принятым стандартам оценки экономической эффективности.

В одной из методик «Методические рекомендации по комплексной оценке эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса», следует отметить рекомендации по переходу на показатель чистой прибыли в качестве критерия экономической эффективности. Именно это позволяет использовать в расчетах элементы экономической динамики и другие инновации. Разумеется, определение продуктивности вложений в директивной экономике выполнялось с позиции интересов общества в целом, не принимались во внимание воздействие инфляционных действий и возможность использования других схем финансирования.

Главным преобразованием в системе управления инвестиционной деятельности стал центр принятия решения об инвестировании средств. Он переместился с центральных органов управления на уровень предприятий, коммерческих банков, инвестиционных компаний.

Существует немало западных методик оценки эффективности инвестиций, однако была разработана отечественная редакция методических рекомендаций, которые приобрели официальный статус. Важным условием при подготовке решения по инвестированию, что необходимо для достижения единства, является понимание и системы показателей эффективности, их ранжирования состава исходной информации и критериев принятия окончательного решения. Все это нужно в процессе технико-экономического обоснования инвестиционного проекта, в котором принимают участие отечественные и зарубежные предприниматели и коммерческие банки, властные структуры.

В развитых странах Запада самыми распространенными являются рекомендации ООН по промышленному развитию. Они были подготовлены большой группой известных на западе ученых, банкиров, специалистов консалтинговых организаций.

Учитывая, что новые подходы к оценке эффективности изучаются не без затруднений, интересен следующий факт. При рассмотрении в Минэкономразвития в конце 2000г. четыре крупных инвестиционных проекта не получили государственную поддержку. Главной причиной оказалось непонимание финансовых директоров, как грамотно связывать финансовые потоки с остальными параметрами инвестиционного проекта.

На предприятиях и в органах управления российской экономикой имеет место острый недостаток в профессионалах новой формации, которые владеют современными, основанными на обобщении интернационального опыта, познаниями в сфере управления инвестиционной работой. Сейчас стало естественным, что маленький уровень руководства на уровне компаний и предприятий является одним из основных обстоятельств, которое препятствует преодолению кризиса экономики.

Список использованных источников:

1. Господарчук Г.Г. Развитие регионов на основе финансовой интеграции . М.: Финансы и статистика, 2006. С.54.
2. Бобылев Г., Кузнецов А., Горбачева Н. Условия и факторы реализации инновационного потенциала региона.
3. Мухетдинова Н. Проблемы инвестиционного роста российских регионов // Финансы, Деньги, Инвестиции. 2008. № 1. С. 15.
4. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / М. А. Лимитовский. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019.
5. Мазур И. И., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. Управление проектами: Учебное пособие / Под общ. Ред. И. И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2004.

СЕКЦИЯ 7. ТУРИЗМ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Ващенко Н.В. , д.э.н., проф.
Чижова Е.Р.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

РОЛЬ ТУРИЗМА КАК ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Туризм является одной из крупнейших доходных и наиболее динамичных отраслей, которые существенно влияют на экономику многих стран и регионов. В настоящее время эта услуга заняла достойное место в структуре экономики многих стран. Сфера туризма, влияя на такие ключевые секторы хозяйства как транспорт и связь, торговлю, строительство, сельское хозяйство, производство потребительских товаров, образование, культуру и многое другое, является катализатором социально-экономического развития стран.

Актуальность данной темы заключается в заметном возрастании значения туризма как источника валютных поступлений, обеспечения занятости населения, расширения межличностных контактов.

Целью исследования является анализ роли туризма как формы международной торговли услугами.

Отметим, что Российская Федерация принимает активное участие на мировом рынке туризма, а основные положения, связанные с этой деятельностью регламентируются законодательством [1].

Вплоть до 2020 г. среди экономистов-международников господствовала точка зрения, что услуги наиболее динамичный и устойчивый сегмент международной торговли. И это так, поскольку торговля услугами не подвержена резким колебаниям конъюнктуры.

Туризм оказался одним из секторов, наиболее пострадавших от пандемии COVID-19, которая серьезно сказывается на экономике, получении людьми средств к существованию, системе общественных услуг и ограничивает спектр возможностей на всех континентах.

Однако, в то же время восстановление туристской деятельности открывает перспективы для проведения преобразований с акцентом на то, чтобы регулировать воздействие пандемии на посещаемые туристами направления и формировать у населения и работающих в этой сфере компаний более высокий потенциал противодействия посредством осуществления инноваций, цифровизации, обеспечения устойчивости и налаживания партнерских связей [2].

В 2019 году во всех регионах наблюдался рост международного туризма. Тем не менее неопределенность вокруг Brexit, крах туроператора Thomas Cook, геополитическая и социальная напряженность и спад мировой экономики совместно способствовали замедлению роста в 2019 году по сравнению с

исключительными темпами в 2017 и 2018 годах. Данный процесс главным образом затронул развитые страны и особенно Европу и Азиатско-Тихоокеанский регион [3].

В 2020 году прогнозировался рост от 3% до 4%, но меры, вводимые для сдерживания распространения вируса ударили по всей мировой экономике и торговле услугами, задев сферу туризма сильнее всего.

Упущенный доход от не предоставленной услуги нельзя компенсировать. Услуги, особенно туристические, как известно, играют важную роль в экономике, на них приходится свыше 2/3 мирового ВВП и занятости населения, они влияют на производительность и обеспечивают функционирование глобальных цепочек создания стоимости, облегчают торговлю товарами. Как следствие, восстановление мировой экономики невозможно без восстановления торговли услугами.

Рассмотрим вклад туристической отрасли в ВВП и занятость на примере различных стран на 2018 год. – табл. 1.

Таблица 1.

Вклад туристической отрасли в ВВП и занятость [4].

Страна	Прямой вклад отрасли в ВВП	Прямой вклад отрасли в занятость
Мальдивы	35,5%	12,6%
Сейшелы	27,2%	26,4%
Багамы	19,6%	28,9%
Филиппины	12,4%	12,8%
Таиланд	9,6%	6,3%
Хорватия	10,9%	9%
Черногория	10,4%	4,8%
Грузия	10%	7,5%
Исландия	9%	7,6%
Греция	8,5%	10,1%
Австрия	7,7%	9,2%

Как можно заметить, в развитых странах туристическая отрасль имеет не такую большую значимость и в среднем не превышает 10% вклада в годовой ВВП и 10% всех занятых. Но это не касается стран, которые практически полностью зависят от туристической деятельности, а именно для стран развивающихся экономик. В островных государствах туризм обеспечивает до трети ВВП и занятости.

Таким образом, можно сделать вывод, что туризма как формы международной торговли услугами занимает главенствующее место в экономике мира.

Согласно пресс-релизу ВТО от 31 марта 2020 года, в четвертом квартале 2020 г. восстановление международной торговли услугами продолжалось, но, к сожалению, активность в туристическом бизнесе оставалась низкой (29% к уровню 2019 г.). Последствия COVID-19 для туризма чреваты ростом нищеты и

неравенства и таят в себе опасность свести на нет результаты усилий по сохранению природы и культуры. Из-за пандемии также существует риск замедления прогресса в достижении целей в области устойчивого развития.

С января 2021 г. восстановление международной торговли услугами, как и всей мировой экономики, начинает определяться преимущественно ходом вакцинации населения от коронавируса. Это дает надежду на стабилизацию потоков туристов, а значит, на стабилизацию финансового положения многих стран, особенно стран, зависящих от этой сферы деятельности.

Международный туризм играет значительную роль в экономическом развитии, способствуя усилиям в области всестороннего развития регионов, которая занимает главное положение в структуре экономики. Международные туристские операции являются не только фактором формирования инвалютного дохода, но и важным фактором повышения престижа государства.

Таким образом, независимо от того, будут ли сняты ограничения на международные перелеты в ближайшее время, или нет, отрасль международного туризма понесет серьезные потери, однако туризм как форма международной торговли услугами, так и останется одной из важнейших сфер деятельности всех стран, которая вносит огромный вклад в финансовую среду практических всех стран мира.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) от 02.07.2021 г. N 132-ФЗ - [Электронный ресурс]. - Электрон. текст. дан. - 2020. - Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/9032907>
2. ООН, Концептуальная записка: COVID-19 и перестройка сектора туризма [Электронный ресурс]. - Электронные данные. - Москва: 2020. – Режим доступа: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_russian.pdf
3. Международный туризм [Электронный ресурс] : статья – TOHOLOGY, 2020. - Режим доступа: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok/>
4. Charles Poliacof, Travel and tourism direct contribution to GDP as a share of GDP [Электронный ресурс] : статья – knoema, 2019. - Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм/Прямой-вклад-туризма-в-ВВП/Travel-and-tourism-direct-contribution-to-GDP-percent-of-GDP>

Иваненко И.А., к.э.н., доцент,
Тимофеева Е.И.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», г. Симферополь

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Международный туризм, находясь под влиянием процессов глобализации и интеграции, получает сильнейшее динамичное развитие и становится одним

из влиятельных факторов, от которых полноценно зависят рост экономики, повышение конкурентоспособности страны на мировых рынках, улучшение благосостояния населения. Под глобализацией можем понимать процесс всемирного экономического, политического и культурного взаимного сближения и образования взаимосвязей.

Процессы глобализации на туристическом рынке можно описать изменением технологий, интернационализацией деловой активности, модернизацией транспортной инфраструктуры, созданием механизма регулирования. По данным Всемирной туристической организации количество туристов в декабре 2020 года составило 277,7 тыс. чел. — это на 24% выше, чем в декабре 2019 года, в октябре показатель возрос на 30,7%, до 427 тыс. туристов, в сентябре на 40%, до 1,1 млн, в августе на 15,3%, до 2,1 млн. [1]

В наши дни международный туризм развивается под воздействием факторов, характерных для индустрии гостеприимства и туризма, а также таких как: политика и право, экономика и финансы, культура, социо-демографические изменения, развитие торговли, транспорт, инфраструктуры и научно-технического прогресса [2].

Под международной торговлей услугами (МТУ) понимается своеобразная форма международных хозяйственных отношений, отсюда происходит обмен услугами между производителями и потребителями в различных странах. Этот вид международных экономических отношений является таковым в связи с тем, что его предмет - «услуга». Важнейшие компоненты, необходимые выделить в международном турбизнесе, являются: международный туризм, туристский регион, туристская отрасль, инфраструктура туризма, туристские услуги. Сегодня в научной литературе не найти точного определения туризма, однако имеется немало предложений, рассматривающих основы туризма и его составляющие [4].

Требуется выделить туризм как:

- специфический вид деятельности;
- форму использования активного отдыха.

Как вид деятельности, туризм ориентирован на то, чтобы туристические организации предоставляли различные предложения и товары, увеличивая туристический спрос и на 100% удовлетворяли потребности клиентов в культуре, развлечении, оздоровлении. Под туризмом предполагается дополнительно вид расхода свободного времени туристами, который включает в себя путешествия, нахождение туристов в местах, расположенные за пределами их постоянного места жительства с разнообразными целями и задачами, в течение одного года.

Определяют следующие вариации туризма:

- внутренний, подразумевающий под собой путешествия туристов внутри страны их постоянного места жительства;
- выездной, включающий в себя передвижение граждан из постоянного места жительства в какую-либо другую страну;

- въездной, это путешествия за пределы страны постоянного места проживания.

Из сплетения типов выделим следующие категории:

- туризм, включающий внутренний и въездной туризм — в пределах страны;

- национальный, сочетающий в себе внутренний и выездной туризм;

- международный туризм, включающий в себя въездной и выездной туризм.

У международного туризма имеются такие функции:

- источник валютных поступлений для страны и средство для обеспечения занятости;

- способствует диверсификации экономики.

Становление международного туризма зависит от улучшения турпродукта в туристских дестинациях, развития профессиональной турагентской сети, сферы туроператорского продукта и предложения, степени применения возможностей маркетинга, состояния системы дистрибуции и человеческого фактора.

Что касается Республики Крым, то одной из приоритетной сфер развития его экономики является именно туризм. Судя по данным Министерства курортов и туризма республики, за 8 месяцев 2021 года турпоток в Крым достиг 7,2 млн. чел. к концу лета, тогда как за весь 2019 год в Крыму отдохнули 7,4 млн. туристов. Исходя из общего турпотока, за январь-август 2021 года 62% прибыли по Крымскому мосту на автомобилях и автобусах, 30% - авиасообщением, 8% - посредством ж/д сообщения. В целом за летний период 2021 года в Крыму отдохнули более 5,2 млн. туристов [3].

Экспертная группа, работающая над стратегией социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года, в настоящее время огромное количество своего внимания уделяет 161 возможностям развития туризма. Считается, что потенциальный объём валового продукта, формирующегося в туристической сфере, вероятно увеличить в 2,8 раза уже к 2020 году.

Таким образом, в эру глобализации промышленность туризма считается одной из более оживленно развивающихся форм в международной торговле услугами. Благодаря международному туризму, как таковому, самые крупные во всем мире поступления от экспорта и для многих стран являются важным фактором обеспечения денежных средств. Международный туризм в мире различен, что объясняется в первую очередь разнообразным уровнем социально-экономического становления мира.

Список использованных источников:

1. Рост турпотока в Крыму на 11 процентов/ Сергей Аксёнов// Рамблер. 2021. URL: <https://travel.rambler.ru/news/45596699-vlasti-kryma-zayavili-o-roste-turpotoka-na-11/>

2. Колесников А.М. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка туристских услуг // Журнал «Экономический вектор». 2017. №3(10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-vliyayuschih-na-razvitie-rynka-turistskih-uslug/viewer>
3. Министерство курортов и туризма Республики Крым. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/2228>
4. Федеральный Закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. 28.12.2016 г.) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

Колос И.В., ст. преподаватель,
Ивахненко А.А.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Туризм представляет собой одну из наиболее динамичных и быстроразвивающихся отраслей экономики, практически не знающей спадов. На международном уровне индустрия туризма играет весьма значимую роль в экономическом развитии стран, усиливая всестороннее развитие тех регионов, которые отдалены от индустриальных центров и не имеют достаточного количества экономических ресурсов [1].

В экономике отдельных стран международный туризм выполняет ряд важнейших функций (рис. 1).

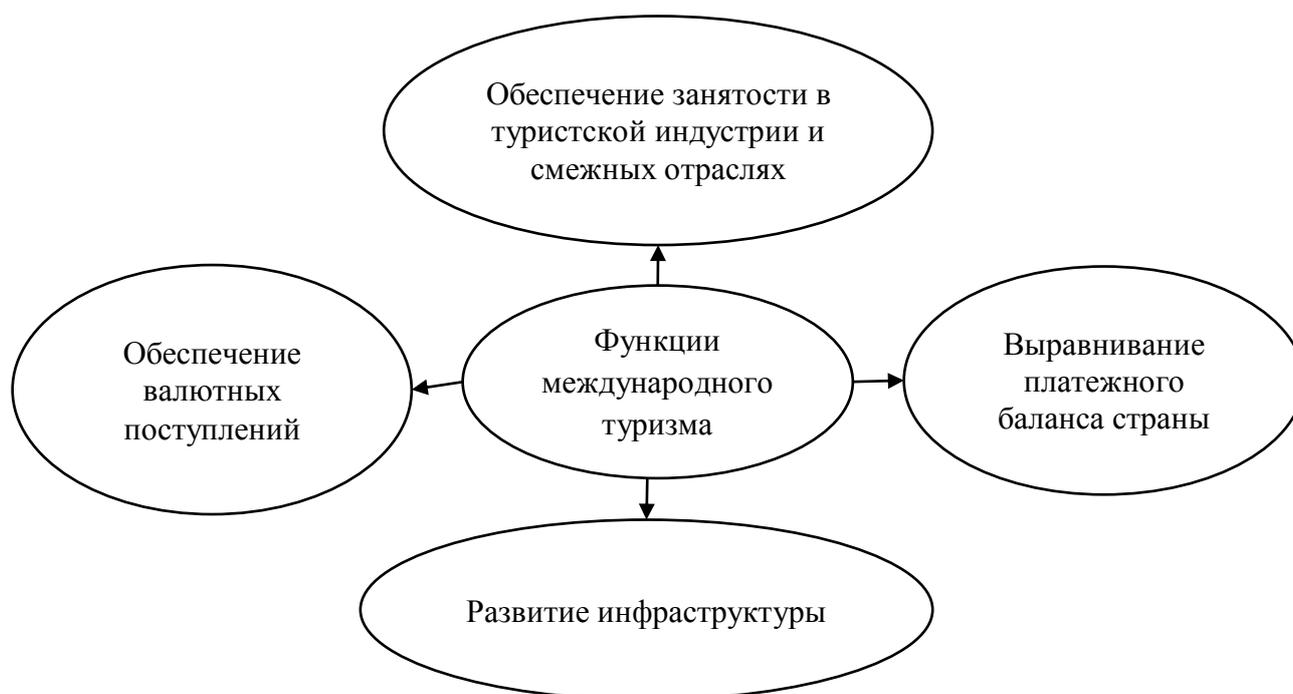


Рисунок 1. Функции международного туризма

Ретроспективный взгляд свидетельствует, что большинство государств акцентируют внимание на развитии туризма, исходя из следующего:

- туристский бизнес приносит в страну иностранную валюту;
- индустрия туризма создает дополнительные рабочие места как в данной отрасли, так и в других отраслях экономики (турфирмы, все виды транспорта, гостиничные комплексы, система питания, дома отдыха, санатории, национальные ремесла, национальные парки и многое другое);
- туризм стимулирует приток иностранных инвестиций, которые направлены непосредственно на развитие туристской и социальной инфраструктуры [2].

Однако пандемия COVID-19 нанесла весомый удар по всем отраслям человеческой деятельности, в том числе, и по туризму.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) подсчитала, что количество международных туристских поездок в 2020 году сократилось в среднем на 60-80 %. Этот показатель в разы выше, чем в 2008 году, когда мир переживал экономический кризис (спад составил всего 4 %). Если учитывать колоссальный вклад индустрии туризма в экономику, то — восстановление этой отрасли является первостепенной задачей мирового значения.

Несмотря на широкий спектр трудностей, туристская отрасль находится в постоянном поиске новых партнеров и новых сотрудничества. Таким образом, имеются все предпосылки к приобретению новых навыков, к разработке предложений по привлечению новой аудитории и поддержанию международного перехода на новые условия [3].

Введение ограничений и связанные с ними изменения заставили индустрию туризма быстро меняться. В результате было сформировано несколько заметных трендов, которые, возможно, останутся актуальными и в будущем:

- **Эксклюзивность.** После нескольких месяцев глобальной изоляции в мире, снова были открыты некоторые курорты, наиболее высоким спросом у клиентов пользовались именно роскошные варианты. Согласно статистике, после частичного открытия границ, число бронирований отелей, резиденций и вилл класса люкс значительно выросло. Потребители все ещё ожидают роскошного отдыха, но очень беспокоятся за своё здоровье и свою безопасность и заботятся об окружающей среде. Этот новый тренд получил название «неороскошь»;

- **Воркейшн** - направление, которое является одним из самых молодых в индустрии туризма. Укрепление и развитие данного направления произошло в связи с распространением удаленной работы и инструментов для дистанционной коммуникации. Туристы переезжают в более теплые страны на длительное время и совмещают работу и отдых одновременно;

- **Гостиницы** также дают ответный отклик данному тренду: обеспечивают гостей максимальным комфортом, устанавливают удобные столы и кресла, проводят быстрый интернет, готовят специальные тематические предложения;

•Приоритет – здоровье. Как показывают различные мировые исследования, до 60% населения все еще не готовы путешествовать. Та часть активных туристов, которые все же отправляются в поездки, уделяет внимание дезинфекции номеров, отношению к соблюдению социальной дистанции, уровню подготовки персонала, и других важных правил;

•Во время карантинных ограничений цифровизация заняла особое место в индустрии туризма и подтолкнула к развитию сразу несколько направлений: введение виртуальных экскурсий по городам и музеям мира, расширение сервисов онлайн-туризма (интернет-сервисы, использующиеся для планирования поездок), вывод на рынок новых туристских продуктов, а также повышение межотраслевой кооперации внутри страны [4].

На данный момент наблюдается мощное падение туристской отрасли, однако COVID-19 оказался толчком к инновациям и интеграции новых технологий в туристскую отрасль, к развитию инфраструктуры локального туризма. Массовый туризм будет становиться все более индивидуальным, с использованием интернет-сервисов, тем не менее, путешествия не прекратятся, услуги туристического бизнеса будут востребованы. Поэтому отрасль может сыграть ключевую роль в оживлении мировой экономики после завершения кризиса.

Список использованных источников:

1. Савинов Ю.А. Скурова А.В. Уткин. А.А. Роль туризма в международной торговле услугами. // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-turizma-v-mezhdunarodnoy-torgovle-uslugami>
2. Индустрия туризма и ее развитие в современных условиях. Студенческая библиотека онлайн. // [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://studbooks.net/1511236/marketing/turizm_spetsificheskaya_forma_mezhdunarodnoy_torgovli_uslugami
3. ЮНВТО // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.unwto.org/ru/cultural-tourism-covid-19>
4. Разинков А. Коронавирус сформировал новые тренды в туризме. // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2021/05/12/869463-koronavirus-turizme>

Мячин В.В., ассистент

Клочкова А.В.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19, НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОГО СЕКТОРА ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ

По оценке экспертов Всемирной торговой организации, услуги составляют более двух третей экономического производства и привлекают

более двух третей прямых иностранных инвестиций, обеспечивают большинство рабочих мест в мире и составляют более 30% от всей мировой торговли. Логистика, а также сфера туризма и пассажирских перевозок оказались в числе самых пострадавших от кризиса на фоне пандемии COVID-19. Наиболее сильное воздействие на поставщиков и потребителей оказали ограничения на передвижение и социальное дистанцирование [1].

Глобальный сектор туризма и путешествий, который включает в себя услуги отелей, ресторанов, туроператоров и туристических агентств, наиболее сильно пострадал от пандемии, учитывая, что ограничения на передвижение и закрытие границ сделали невозможным передвижение туристов за границу. Данный сектор в значительной степени зависит от поставки услуг способом 2, который согласно ГАТС предполагает ситуацию, когда потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу, находясь на территории другой страны; границу пересекает потребитель услуги. Ограничения на поездки внутри страны и требования «работать на дому» в свою очередь оказывают влияние на сектор, ограничивая внутреннюю туристическую деятельность, которая имеет отношение к поставкам путем коммерческого присутствия (способ 3 – поставка услуг их поставщиком одного члена ВТО путем коммерческого присутствия на территории другого члена ВТО; фирма, предоставляющая услугу, пересекает границу и, находясь на территории другой страны, открывает представительство или дочернюю фирму, через которую предоставляет услугу потребителю из данной страны).

Организация экономического сотрудничества и развития заявила, что предварительные оценки указывают на снижение международного туризма на 60% в 2020 г. относительно 2019 г. [2]. По оценкам Всемирной туристской организации (ЮНВТО) количество международных туристских прибытий сократилось на 55%. Это привело к потере доходов от экспорта от международного туризма в размере 900 млрд. долл., что эквивалентно росту сектора, который прогнозировался на 2020-2029 гг. Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) подсчитал, что количество рабочих мест в сфере путешествий и туризма, находящихся под непосредственным риском в период пандемии составляет около 100 млн. [3].

Спад глобального сектора туризма и путешествий имеет широкие экономические последствия, учитывая его общее экономическое значение для многих стран и регионов. Прямое, косвенное и индуцированное воздействие туризма в 2019 г. способствовало увеличению мирового ВВП на 8,9 трлн. долл. (10,3 %) и образованию вновь созданных 330 млн. рабочих мест (10% от таковых в мире). В некоторых странах, особенно наименее развитых странах (НРС), на туризм приходится не только самая большая доля странового экспорта, но и значительная доля ВВП (например, 67% для Сейшельских островов, 62% для Сент-Китс и Невис и 48% для Вануату). Согласно статистике платежного баланса, в 2019 г. на поездки приходилось 25% мирового экспорта коммерческих услуг, 32% экспорта услуг развивающихся стран и 50% НРС.

Не избежали потерь в анализируемом секторе и ведущие страны-экспортеры и страны-импортеры туристических услуг. У ряда таких стран сокращение превысило 60%, которые были характерны для глобального сектора туризма и путешествий в целом. Так, среди экспортеров услуг наибольшее сокращение объемов поставки наблюдалось у США – 126,6 млрд. долл., Испании – 61,2 млрд. долл. и Таиланда – 45,6 млрд. долл., что составило 63,5%, 76,8% и 76,3% странового экспорта туристических услуг соответственно. Наибольшее сокращение импорта услуг наблюдалось у КНР, США, Германии и Великобритании – 119,5 млрд. долл. / 47,7%, 97,5 млрд. долл. / 73,1%, 52,3 млрд. долл. / 56,1% и 50,2 млрд. долл. / 69,9% соответственно (таблица 1).

Таблица 1 – Сокращение внешней торговли туристическими услугами ведущими странами мира

Экспорт			Импорт		
Страна	Абсолютное снижение в 2020 г. к 2019 г.	Относительное снижение в 2020 г. к 2019 г.	Страна	Абсолютное снижение в 2020 г. к 2019 г.	Относительное снижение в 2020 г. к 2019 г.
США	126,6	63,5	КНР	119,5	47,7
Испания	61,2	76,8	США	97,5	73,1
Таиланд	45,6	76,3	Германия	52,3	56,1
Япония	35,4	77	Великобритания	50,2	69,9
Великобритания	33,8	64,1	Австралия	29,6	82
Франция	31	48,6	РФ	27	74,8
Италия	30,1	60,2	Франция	23,7	45,9
Австралия	20,2	44,2	Канада	23,6	66,1
Германия	19,5	46,9	Италия	19,4	64
ОАЭ	13,8	35,9	ОАЭ	18,2	54,7

Составлено авторами на основе [4]

ЮНВТО разработала ряд рекомендаций, призывающих к решительной и срочной поддержке, по восстановлению глобального сектора туризма и путешествий от COVID-19. В числе прочего ЮНВТО рекомендует проводить правительствам стран политику поощрения повышения квалификации и переподготовки работников сферы туризма, а также ввести отсрочку налогообложения и различные другие формы финансовой поддержки туристических операторов [5].

В заключении стоит отметить, что перебои в поставках услуг вследствие пандемии оказывают широкое воздействие на экономику и торговлю, учитывая важную роль этого сектора в других видах экономической деятельности. Сокращение торговли товарами способствует сокращению торговли услугами, что в результате приводит к экономическому спаду. Производительность труда

и эффективность торговли, в т. ч. в сфере услуг, в масштабах всей экономики будут иметь ключевое значение для ее восстановления. Это подчеркивает важность придания нового импульса развитию торговли в сфере услуг, особенно в отношении международных туристических услуг.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт: Росконгресс: Торговля услугами в контексте COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/torgovlya-uslugami-v-kontekste-covid-19/>
2. G20 Tourism Ministers Extraordinary Virtual Meeting on COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/about/Secretary-General/extraordinary-g20-tourism-ministerial-virtual-meeting-april-2020.htm>
3. Lives being devastated and one million jobs a day being lost due to coronavirus pandemic says World Travel & Tourism Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Press%20Releases/Lives%20being%20devastated%20and%20one%20million%20jobs%20a%20day%20being%20lost%20due%20to%20coronavirus%20pandemic.pdf?ver=2020-10-26-143857-077>
4. UNWTO launches a call for action for tourism's COVID-19 mitigation and recovery [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/news/unwto-launches-a-call-for-action-for-tourisms-covid-19-mitigation-and-recovery>
5. Официальный сайт Конференции ООН по торговле и развитию: Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/statistics>

Мячин В.В., ассистент
Ширяев Б.В.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В XX ВЕКЕ

После завершения Первой мировой войны правительства государств Европы обратили серьезное внимание на развитие международного туризма, о чем свидетельствует тот факт, что в 1925 г. в Гааге состоялся первый Международный конгресс официальных ассоциаций по пропаганде туризма (МКОАПТ), в котором приняли активное участие представители 14 европейских стран. В 1927 г. прошел Международный конгресс официальных туристских организаций (МКОТО), а в 1930 г. был учрежден Международный союз организаций и пропаганды туризма (МСОПТ).

Развитие туризма до Второй мировой войны характеризуется непритязательностью предоставляемых услуг, стандартностью их набора. Программы обслуживания туристов не отличались разнообразием, так как элементарные туристские услуги, из которых они формировались, удовлетворяли потребителя. Такая ситуация давала возможность

туроператорам формировать для туристского рынка унифицированные пакеты услуг. В этом случае можно говорить о массовом конвейерном туризме.

В этот период развития в сравнении с XIX веком туризм одиночек постепенно уступал место групповому туризму широких масс. Кроме того изменился характер путешествий - уже преследовались не только развлекательные, но и познавательные цели. В маршруты все чаще включались исторические места, памятники культуры [1].

Вторая мировая война парализовала туризм, и дальнейшее развитие он получает уже в послевоенные годы. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. В западноевропейских странах 1950-60 годы - это период активного грядущего туристических фирм, массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений. Европейский туризм 1950-ых годов был ориентирован преимущественно на прием американских туристов и являлся источником долларовых поступлений для принимающей страны. С 1960-ые годы и до середины 1970-х наблюдается быстрый экстенсивный рост как въездного, так и выездного туризма, а также увеличение числа туристических предприятий и объемов их производства.

После второй мировой войны в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, которые дают основание говорить о том, что массовый конвейерный туризм трансформировался в массовый дифференцированный. Прежде всего, следует отметить, что и в первом и во втором случае речь идет о массовом туризме, в котором принимают участие не только элита, но и средний класс, а с 1980-х годов, - и население с низким уровнем доходов.

Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однообразность потребностей и мотивации туристов и, соответственно, обезличенно-конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличает разнообразная парадигма потребностей и мотивации туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Для дифференцированного туризма характерен не столько широкий, сколько глубокий ассортимент услуг. Иными словами, турфирма предлагает не огромное количество видов турпродукта, а ограниченное число видов, каждый из которых имеет большое число вариантов. Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей [2].

На рубеже 1960-70-х годов все более усложняется мотивация туристического спроса: наряду с рекреационным растущее значение приобретают образовательный, коммуникативный и инвестиционный аспекты туризма. Все это сохраняет свою актуальность и на протяжении 1980-х годов.

Характерными тенденциями туризма 1990-х годов стало увеличение спроса на туристские услуги среди людей среднего и ниже среднего достатка. Это еще в большей степени дифференцировало туристский рынок, привело к многообразию туристского продукта, рассчитанного на людей с разным материальным достатком, различными интересами, целями и требованиями к уровню сервиса. Вместе с тем дифференциация туристского рынка не исключила стандартизации и унификации туристского продукта, наряду с которыми все заметнее стали процессы его специализации для разных сегментов потребителя и расширения набора туристских услуг, в том числе как сопутствующих, так и ранее не свойственных туристскому рынку, например, организация выставок, ярмарок, командировок, обучения; а также предложение наряду с услугами сопутствующих товаров.

В заключение стоит отметить, что на данном этапе развития туризма формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктами, производственным циклом, методами организации и управления производством. Совершается переход от массового конвейерного к массовому дифференцированному туризму. В этот период международный туризм по сравнению с прежним этапом развивался в несколько раз интенсивнее. Этому способствовали политические, экономические, технические, культурологические и социальные факторы (как внутренние, так и внешние). Наиболее интенсивное развитие туризма отмечалось в странах с благоприятной внутренней и внешней политикой, устойчивым экономическим потенциалом, достаточным уровнем культуры и социальной поддержки граждан.

Список использованных источников:

1. География туризма. Западная и северная Европа. Япония: учеб. пос. / Ю. Л. Кужель, М. В. Иванова, Л. А. Польшова, Л. В. Сазонкина; под науч. ред. Ю. Л. Кужеля. — М: Издательство Юрайт, 2019. — 465 с.
2. География туризма. Южная Европа : учеб. пособие / М. В. Иванова, Л. В. Сазонкина, Е. Д. Салас Лусуриага, Ю. Л. Кужель ; под науч. ред. Ю. Л. Кужеля. — М: Издательство Юрайт, 2019. — 443 с.

Хаирова Э.А., к.э.н., доцент
Серашова Л.

ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова, г. Симферополь

РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ КАК АЛЬТЕРНАТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА РЕГИОНА

В настоящее время количество туристов, которые путешествуют по всему миру, растет, и это не всегда позитивно сказывается на экологии туристических курортов. Поэтому это делает «зеленый туризм» не только предпочтительным, но и необходимым в некоторых областях.

Однако одни люди считают, что необходимо запрещать туристам посещать определенные районы, из-за того, что природа является нетронутой и хрупкой, но многие регионы зависят именно от туристических доходов для поддержки местной экономики. Зеленый туризм является устойчивым и считается эффективным, так как помогает защищать экологию территории, сохраняя и развивая при этом местную экономику.

Практически в каждой стране существуют эко-курорты, где можно ещё выбрать тур в своем стиле и по своему вкусу. Во время путешествия можно, например, помогать перерабатывать определенные материалы, восстанавливать системы водоснабжения, жить в палатках, в деревянных домиках рядом с тропическим лесом и так далее.

Существуют также поездки, в которых отдыхающие:

1. принимают активное участие в улучшении местного района;
2. работают над сохранением естественной среды обитания;
3. помогают строить школы;
4. выполняют другие услуги, которые приносят пользу региону.

Тур может включать изучение местной флоры, фауны и культурного наследия области, а также изучение способов защиты и сохранения местной природы. Путеводители, экскурсии и площадки для просмотра дикой природы помогают туристам испытать и увидеть все, что может предложить исследуемая область, при этом люди не влияют на окружающую среду.

Главное отличие зеленого туризма от обычного осмотра достопримечательностей, то, что он является активным отдыхом. Зеленый туризм — это поездки по тем местам, где природа осталась почти дикой и нетронутой.

Существует пять основных принципов экотуризма.

-нельзя наносить вред окружающей среде либо он должен быть сведен к минимуму.

-природа является основным объектом наблюдения эко-туриста.

-рациональное отношение к природным ресурсам.

-бережное и уважительное отношение к религиозным и культурным традициям местного населения.

-способствовать экономическому развитию региона (объекта экотуризма) и приносить прибыль. А уже эта прибыль будет использована на поддержание природного объекта в достойном виде.

Существуют *основные принципы развития зеленого туризма в Крыму* (рисунок 1).

Устойчивость — развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.

Конкурентоспособность. Две основные составляющие конкурентоспособности любого товара или услуги — это качество и цена. Идеальной является ситуация, когда при определенной цене клиенты получают услуги, объем и качество которых превышает их ожидания. К сожалению,

соотношение цена – качество крымского туристического продукта далеко от идеала и вызывает справедливые нарекания туристов.

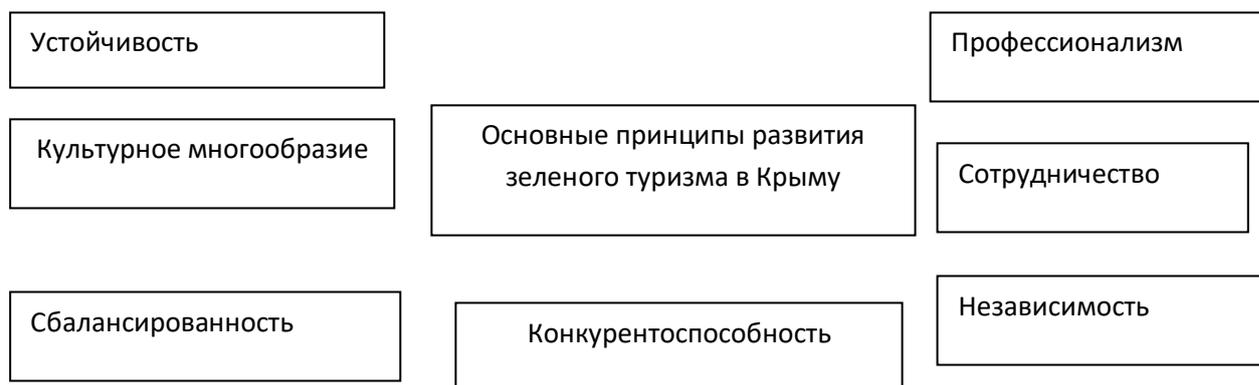


Рисунок 1. Основные принципы развития зеленого туризма в Крыму

Культурное многообразие. Главным привлекательным фактором в сфере зеленого туризма, его «изюминкой» и преимуществом в сравнении с другими регионами и мира является культурное многообразие и самобытность Крыма. Следование этому принципу позволит создать из Крыма образ «туристического феномена».

Сбалансированность — предполагает стремление к выравниванию уровней социально-экономического развития районов Крыма, в том числе и уровней их туристической активности.

Независимость. В основе туристической индустрии Крыма лежат три основных фактора – море, солнце и пляж, что сокращает продолжительность полноценного туристического сезона до неполных четырех месяцев.

Сотрудничество. Темпы развития ЗТ в Крыму в значительной мере зависят от качества организационной поддержки этого процесса всеми заинтересованными сторонами.

Профессионализм. Сезонность ЗТ не позволяет использовать в этом сегменте туризма профессиональных работников на постоянной основе. Это требует разработки системы базовой подготовки и повышения квалификации лиц, занятых в сфере ЗТ.

Наличие и доступность привлекательных, с точки зрения потенциального туриста, природных ресурсов является одним из важнейших составляющих успешного развития зеленого туризма. Полуостров Крым всегда представлял большой интерес для туристов из-за того, что славится своими богатыми природно-климатическими условиями. Что же делает Крым таким желанным для отдыха и путешествий? Конечно же многообразие природных ландшафтов, гармоничное сочетание гор и степей, целебные источники, разнообразная флора и фауна, высокий уровень агрокультуры и его экологически чистая продукция в сочетании с гостеприимным населением.

Кроме экономических и социальных проблем, зелёный туризм решает и социокультурные задачи. Среди них: пропаганда культуры и национальной

самобытности народов Крыма. Данный вид туризма дает возможность непосредственно донести информацию об истории Крыма, культуру его народов, их традиции, образ жизни, взгляды и ценности, экономический и духовный потенциал, помогает развитию связей, формированию положительного восприятия Крыма в европейском сообществе. А это и есть одной из важнейших задач общественной дипломатии.

Благодаря зелёному туризму, общественная дипломатия помогает развитию гармоничных отношений и лучшему взаимопониманию между людьми, объединяет их на основе национальной самобытности, расширяет взаимодействия и партнерства между народами и государствами в самых разнообразных сферах жизнедеятельности, подчеркивает единство мира, указывает на взаимосвязь и взаимозависимость процессов развития мирового сообщества.

По словам Елены Шестаковой, которая является экспертом Молодежного клуба Крымского отделения РГО, Крымский полуостров имеет большой потенциал для развития экологического туризма, однако он пока проигрывает другим регионам из-за отсутствия должной инфраструктуры, заявила эксперт

Итак, из всего выше сказанного можно сказать о том, что зеленый туризм Крыма является стремительно развивающимся видом туризма и у него есть все шансы стать одним из основных видов отдыха как гостей Крыма, так и местных жителей. Данный вид туризма позволяет показать и рассказать туристам о каждом уголке природы. А также, несомненно, принести доход полуострову.

Список использованных источников:

1. Панов И.Н. Экологический туризм. // География. 2018. № 45.
2. Папирян Г.А. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2019. - 209 с
3. Слепокуров С. А. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / С. А. Слепокуров. - Симферополь: СОНАТ, 2018

Шацкая Э.Ш., к.э.н., доцент
Рудиков А.С.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет им. Февзи Якубова», г. Симферополь

ТУРИЗМ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Аннотация: Международный туризм из года в год вносит большой вклад в экономику стран. Он носит глобальный характер во всей мировой экономики. В данной статье, рассмотрено международное развитие туризма в Республике Крым. Проанализировано изменение экономики полуострова после вступления Республики Крым в РФ с 2014-2020г.

Ключевые слова: международный туризм, туризм в Республике Крым, экономика полуострова.

Республика Крым является экономически выгодной с точки зрения международного туризма. Данная отрасль играет значимую роль в экономике любой страны. На примере изучения международного туризма возьмем субъект Российской Федерации, Республику Крым с её рекреационной зоной. Вступив в состав Российской Федерации, туризм в Крыму стал стремительно развиваться благодаря средствам из Федерального бюджета. Начиная с 2014 года по 2021, полуостров получил 1,3 трлн руб. со стороны РФ. Благодаря этим средствам, был построен Крымский мост, автомобильная трасса «Таврида» протяженностью в 250 км, терминал аэропорта «Симферополь» и другое. За последние годы в Республике значительно возросло число гостиничных и санаторно-курортных организаций, которые активно принимают туристов из разных уголков мира. Были благоустроены местные пляжи. На будущее запланировано создание семи туристическо-рекреационных кластеров, которые приведут к ещё большему увеличению туристического потока в Крым. По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, в 2014 году количество туристов снизилось, но к 2016 году пришло в норму (рис.1).

млн человек

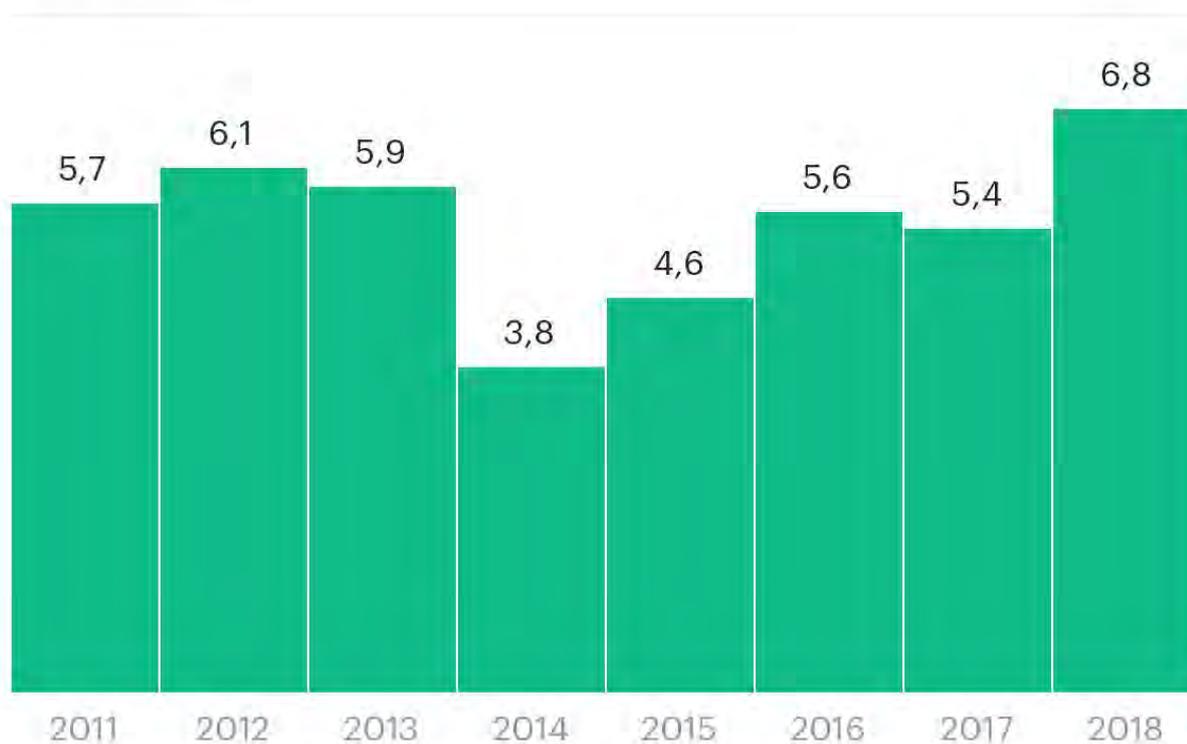


Рисунок 1. Динамика туристов, посетивших Республику Крым

С каждым годом количество туристов, посещающих Крым, растет, что ведет и к росту экономики. По данным проведенного анкетирования в 2020 году более 6 тыс. туристов, 79% выбрали организованный отдых. В среднем 70% туристов отметили приемлемую стоимость предоставления услуг по питанию, проживанию, развлекательным услугам и экскурсионному обслуживанию. У 95% туристов ожидания от отдыха оправдались. 96%

туристов выразили намерения приехать в Крым еще раз. Доход поступивший от туристической отрасли в бюджет Крыма с января по сентябрь 2020 года составил 2256,9 млн. рублей, что в 2 раза больше чем за первый год (2015) нахождения полуострова в составе РФ.

Крым является центром туристической отрасли Российской Федерации. Ежегодно бюджетное финансирование Республики растет, что позволяет развиваться данной отрасли в данном субъекте РФ с большой скоростью. В будущем планируется, на территории южного берега Крыма, строительство игровой зоны, второй в РФ, что сопутствует еще большему наплыву туристов. На территории находится свыше 3000 объектов культуры, которые представляют интерес для гостей полуострова.

Главной задачей развития курортно-рекреационного и туристического комплекса в Крыму является формирование конкурентоспособного на мировом и национальном уровнях туристического продукта. На модернизацию туристско-рекреационного комплекса и создания туристическо-рекреационных кластеров выделено в общем 39560,7 млн. рублей инвестиций из Федерального бюджета. Для привлечения туристов, следует предпринять следующие меры:

1. Разработать Генеральную схему размещения объектов и инфраструктуры туризма, предпринять меры по упорядочению застройки зон отдыха.

2. Активизировать создание рекреационных, лечебно-оздоровительных местностей и курортов со статусом особо охраняемых природных территорий местного значения. Организовать и произвести очистку и экологическое благоустройство зон отдыха, создать на них условия для развития сферы услуг. Для реализации этого пункта хорошо подходит территория вокруг озера Сиваш с её лечебными свойствами грязи.

3. Утверждение специальных целевых программ по развитию новых и оптимизации функционирования существующих туристическо-рекреационных объектов.

4. Реконструировать объекты национально-культурного наследия, закончить облагораживание зон отдыха.

Таким образом, Республика Крым является весомым конкурентом на мировом рынке туристической отрасли. Полуостров обладает необходимым туристическо-рекреационным потенциалом, чтобы стать привлекательным курортом, в том числе и SPA-курортом, не только на российском, но и международном туристическом рынке.

Список использованных источников:

1. Рекреационные ресурсы Крыма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/rossiya/krym/rekreatsionnye-resursy-kryma.html> (дата обращения 18.10.2021)
2. Рекреационный потенциал Крыма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/150/42547/> (дата обращения 20.10.2021)

3. Международный туризм в Крыму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/regions/?fedokr=111&freg=114> (дата обращения 20.10.2021)
4. Власти Крыма заявили о росте турпотока на 11%. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://travel.rambler.ru/news/45596699-vlasti-kryma-zayavili-o-roste-turpotoka-na-11/> (дата обращения 17.10.2021)
5. Справочная информация о количестве туристов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2021/01/11/reg-ufo/krym-v-2020-godu-prinial-63-milliona-turistov.html> (дата обращения 17.10.2021)

Шкуренко В.А., ассистент
Ширяев Б.В.

ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Высокие темпы развития туризма и большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1 %, валютных поступлений – 14 %.

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. Ожидается, что в начале XXI века эта отрасль станет ведущей экспортной отраслью в мире.

По мнению различных аналитиков, в основе развития международного туризма лежат следующие факторы:

- 1) экономический рост и социальный прогресс привели к расширению объема деловых поездок и поездок с познавательными целями;
- 2) совершенствование всех видов транспорта удешевило поездки;
- 3) увеличилось число наёмных рабочих и служащих в развитых странах и повысился их материальный и культурный уровень;
- 4) интенсификация труда и получение трудящимися более высоких доходов и более продолжительных отпусков;
- 5) развитие межгосударственных связей и культурных обменов между странами привело к расширению межличностных связей между регионами и внутри них.
- 6) развитие сферы услуг стимулировало развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций;
- 7) ослабление ограничений на вывоз валюты во многих странах и упрощение пограничных формальностей.

Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. В экономике отдельной страны международный туризм выполняет ряд важных функций:

- 1) источник валютных поступлений для страны и средство обеспечения занятости;
- 2) увеличивает доходную часть платежного баланса и ВВП страны;
- 3) способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферы туризма;
- 4) с ростом занятости в сфере туризма растут доходы населения и повышается уровень благосостояния нации;
- 5) приводит к развитию экономической инфраструктуры страны.

Международный туризм развит крайне неравномерно, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития отдельных стран и регионов.

Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку и Австралию вместе взятые.

Всемирная туристская организация в своей классификации выделяет страны, являющиеся преимущественно поставщиками туристов – это США, Бельгия, Дания, Голландия, Германия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия; и страны, являющиеся в основном принимающими туристов – это Австралия, Греция, Кипр, Италия, Испания, Мексика, Турция, Грузия, Португалия, Франция, Швейцария.

С развитием массового организованного туризма и переходом его на новую основу, опирающуюся на развитую туристическую индустрию и современные средства транспорта, произошли некоторые изменения в формах организации международного туризма.

Во-первых, существенно возросло число розничных фирм, предлагающих туристические услуги турагентов и лишённых зачастую юридической и хозяйственной независимости.

Во-вторых, изменился характер деятельности туристических оптовых фирм, которые превратились в туроператоров, предлагающих полный комплекс услуг в виде эксклюзив-туров.

В-третьих, появились крупные корпорации, основанные на капитале транспортных, торговых, страховых компаний и банков, осуществляющие операции по предоставлению туристических услуг.

Таким образом, международный туризм превратился в одну из доминирующих отраслей мировой экономики, вовлекая в сферу своей экономической активности природные, человеческие, культурно-исторические и иные ресурсы. Актуальным стало понятие «туристические ресурсы», как сочетание природных и культурно-исторических ценностей и иных видов ресурсов, представляющих интерес для путешествующих.

Список использованных источников:

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М: Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

СЕКЦИЯ 8. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Бондаренко И.С., к.э.н., доцент
Ковалёва Е.О.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ИНТЕГРАЦИЯ ЕАЭС В ОБЛАСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ

Формат евразийского партнерства позволяет использовать преимущества экономического и технологического взаимодействия в различных сферах экономики. В качестве сложившегося мирового тренда авторами рассматривается развитие инноваций на базе интеграционных объединений, в числе которых технологическая интеграция промышленных предприятий.

История становления евразийского партнерства включает в себя подъемы и спады экономического развития стран-участниц, которые происходили по причине внутренних и внешних изменений, вызовов и предпосылок к трансформации.

Несмотря на дестабилизирующие факторы на сырьевом рынке, ухудшение геополитической обстановки, сложную эпидемиологическую ситуацию в мире, активизируются объективные причины для расширения сферы торговли, социального проектирования, открытия совместных производств и реализации масштабной программы технологической интеграции.

1. Проблемы развития инновационной деятельности. Инновационная деятельность хозяйственных субъектов характеризуется связанными процессами разработки и внедрения новых технологий добычи и переработки сырья, сервисного обслуживания, в том числе на основе информационно-коммуникационных технологий сбора и обработки данных. Проводя анализ статистики инноваций стран ЕАЭС, можно констатировать факт активного развития и распространения российских технологий, особенно в сферах управления производством, в банковском секторе, тем не менее, для осуществления технологического прорыва важно решать проблемы поиска относительно недорогих источников наращивания мощностей и цифровизации производства, формирования мотивационного климата в трудовых коллективах, как способа наращивания человеческого капитала.

За последние пять лет наблюдается тенденция к снижению инновационной активности в Российской Федерации, удельный вес затрат на инновационную деятельность сократился с 2,6% в 2015г. до 2,3% в 2020г., что обусловлено нехваткой финансовых влияний, слабой мотивационной активностью в сфере научно-технологических разработок (см. рисунок 1).

2. Факторы обеспечения экономической безопасности на основе технологической интеграции. Технологическая интеграция, как явление,

выходящее за рамки организации и управления производством, может выступать в качестве благоприятного фактора экономического роста, обеспечивающего безопасность участников евразийского партнерства, что подтверждается мировыми трендами нового поколения [1]

Точки роста технологических инноваций в рамках ЕАЭС. Насколько широкими представляются возможности развития евразийского партнерства в сферах цифровой экономики, образования, молодежного предпринимательства, настолько же ограниченными являются факторы ресурсного обеспечения совместных программ. Причем проблемы касаются практически всех сфер совместной деятельности, начиная созданием общей нормативно-правовой базы в области технического регулирования производственных процессов, организации общих рынков сырья, сбыта готовой продукции, построения единой информационно-коммуникационной базы для отслеживания финансовых потоков, заканчивая защитой и стимулированием патентных разработок.



Рисунок 1 – Основные показатели инновационной деятельности в Российской Федерации, % [2]

Точки роста интеграционного взаимодействия в рамках ЕАЭС имеют достаточно характерные черты и особенности:

1) программы развития технологических инноваций должны иметь не только общий план согласованных мер, но и возможность переливания финансовых ресурсов между частными венчурными и государственными фондами;

2) пакет совместных стратегических программ должен быть строго регламентирован в распределении функций исполнительных структур, в числе

которых могут быть как промышленные объекты, так и представители научно-исследовательской среды, образовательные учреждения;

3) учитывая временной фактор и краткость жизненного цикла инноваций, важно согласованно следовать каждому шагу, соблюдая принципы логистической концепции just-in-time;

4) участники евразийского партнерства, независимо от отраслевой принадлежности и территориального размещения производительных сил, должны придерживаться норм обеспечения экономической безопасности всей экосистемы, в связи с чем целесообразно заблаговременно продумывать варианты взаимовыгодного платформенного взаимодействия с партнерами по бизнесу;

5) важно стремиться к росту технологической активности не только юридических, но физических лиц, а именно членов трудовых коллективов, в связи с чем можно предложить к реализации общий пакет программ мотивации личностного роста с учетом возможности свободного перемещения сотрудников предприятий связанных отраслей, в том числе в составе проектных групп на определенный регламентом срок [3].

Высокая конкурентоспособность хозяйственных субъектов лидирующих в области технологий стран позволяет оценить плюсы и минусы построения системы эффективного технологического менеджмента. Разумеется, отличные стартовые возможности и степень цифровой трансформации накладывают отпечаток не только на уровень развития компаний, но определяют их способность к расширению своего присутствия благодаря формированию партнерств.

Можно отметить, что схема евразийского сотрудничества соответствует мировой практике ведения хозяйства и развития технологий. Подобный формат деловых отношений является управляемым, предсказуемым и наиболее надежным в условиях современных вызовов [4].

Подводя итоги, важно подчеркнуть, что информационная безопасность стран ЕАЭС зависит от перспектив совместного инновационного развития, поэтому разработка и реализация общей стратегии технологического прорыва укрепит позиции самого крупного территориального объединения евразийского континента.

Список использованных источников

1. Миллер М.А., Миллер Н.В. Ресурсное обеспечение технологической интеграции // Вестник Омского университета. Сер.: Экономика. 2020. Т. 18, № 1. С. 14–23. DOI 10.24147/1812-3988.2020.18(1).14-23.
2. Основные показатели инновационной деятельности // федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477>
3. Lee H. J., Oh H. A Study on the Deduction and Diffusion of Promising Artificial Intelligence Technology for Sustainable Industrial Development // Sustainability. 2020. Vol. 12, issue 14. DOI 10.3390/su12145609.

4. Odun-Ayo I., Williams T., Iheanetu O., Odusami M., Bogle S. A Systematic Mapping Study of Innovative Cloud Applications // Proceedings of 6th International Conference on advanced Engineering and Technology (ICAET 2019) (Dec 14–16, 2019). IOP, 2020. Vol. 811. DOI 10.1088/1757-899X/811/1/012034.

Кошелева Е.Г., к.э.н., доцент
Галибин И.Г., аспирант
ГО ВПО «ДонНУ», г. Донецк

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Устойчивое развитие следует считать системной категорией, которая формируется под влиянием множества факторов, результатом действия которых являются значительные дисбалансы и неравномерности развития экономических систем разных уровней: отдельных стран, регионов, областей, отраслей и видов экономической деятельности. Парадигма устойчивого развития, предполагающая динамический процесс последовательных позитивных изменений, обеспечивающих сбалансированность экономического, социального и экологического аспектов жизни общества сегодня активно переносит центр внимания на усиление роли регионов в реализации экономической политики государства экономических реформ [6, с. 46]. Устойчивое развитие региона должно быть нацелено на достижение высокого качества жизни, при позитивной динамике комплекса различных показателей [3, с. 20].

Одним из основных составляющих, оказывающих влияние на процессы социально-экономической трансформации в стране, является региональный фактор [5, с. 74].

Устойчивое развитие региона – это идеология сохранения оптимального баланса во взаимодействии управленческих органов и хозяйствующих структур, собственников и наёмных работников, центра и периферии, региона и внешнего мира. В рамках геоэкологической парадигмы устойчивое развитие предполагает наличие баланса трёх компонентов: социальной стабильности, экономического развития и высокого качества окружающей среды [1, с. 19].

Проведенное исследование показало, что значительное влияние на уровень сбалансированного развития общества оказывают социально-политические факторы (государственное правовое регулирование). Переход к модели устойчивого развития региона должен сопровождаться определенными изменениями в социальной структуре общества, перераспределением власти, разрешением возможных конфликтных ситуаций, участниками которых является население. Также значительную роль играют духовно-нравственные факторы, социально-психологическая готовность к самоограничению, этические запреты и т.д.

Устойчивое развитие регионов во многом зависят от демографических процессов. Наиболее важную роль играют такие показатели, как доля лиц трудоспособного возраста и коэффициент демографической нагрузки [2, с. 55].

Технологические факторы характеризуют уровень использования достижений науки, техники и технологий в системах производства и обеспечения их воспроизводства. Переход на экологически чистые технологии, широкое внедрение ресурсосберегающих технологий, рациональное использование природных ресурсов по принципам их экономии повышает природно-экологический аспект устойчивого экономического развития. Известно, что нестабильная рыночная среда, стремление современного бизнеса к максимизации прибылей без внедрения экологических технологий разрушает и уничтожает природную среду [4, с. 2216]

Все группы факторов в разной степени влияют на социально-экономическую ситуацию в регионах и в целом в государстве, при этом каждый из этих факторов находится в функциональной зависимости от показателей, характеризующих состояние развития экономической.

В современных условиях трансформационной экономики большое внимание следует уделять вопросам определения условий обеспечения устойчивого экономического развития отраслевых комплексов и прогнозирование возможных траекторий развития как основы принятия обоснованных управленческих решений.

При формировании таких решений считаем целесообразным особо выделить экономические, социальные, экологические, временные и пространственные факторы, наиболее существенно влияющие на обеспечение устойчивого экономического развития национального хозяйства (рис. 1).



Рис. 1. Система факторов, влияющих на обеспечение устойчивого развития региона (авторская разработка)

В представленной на рис. 1 системе в неразрывном комплексе выступают производство, распределение, обмен и потребление материальных благ, услуг и духовных ценностей. Обеспечение устойчивого экономического развития региона прямо зависит от обеспечения развития отдельных отраслей и субъектов хозяйствования, входящих в региональную систему.

Деятельность отдельных составляющих элементов экономической системы (регионов, отраслей, организаций или других хозяйствующих субъектов) обеспечивает результативность механизма устойчивого развития региона, определяющего в целом размеры потребления и накопления в, а также характеризующих структуру национальной экономики, ее состояние, закономерности и тенденции развития отдельных подсистем.

Таким образом, все факторы устойчивого развития региона связаны между собой: наличие высококвалифицированных кадров повышает инвестиционную привлекательность региона, инвестиции в новшества позволяют повысить инновационную активность. Акцентируя внимание на очевидном преимуществе инноваций для устойчивого развития следует отметить, значение активизации инновационной деятельности в регионе и формирование инновационной мотивации предприятий, которая в большей степени формируется под влиянием институциональной среды региона.

В современных условиях процесс реформирования экономики наиболее активно проявляется на уровне регионов, что обусловлено необходимостью реализации законодательных актов и механизмов устойчивого развития регионов. Регион включает триединство сред: природной, социальной и экономической (материальной). Имплементация концепции устойчивого развития на уровне регионов должна быть ориентирована на сбалансированное решение экономических и социальных задач при одновременном сохранении благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала. Особую роль в реализации механизма устойчивого развития имеют органы местного самоуправления и регионального управления, которые должны исследовать региональные механизмы реализации основных постулатов концепции устойчивого развития региона.

Список использованных источников:

1. Бурла М., Бурла О. Теоретические, прикладные и дидактические аспекты исследования проблемы устойчивого развития регионов и стран // *The problems of continuous geographical education and cartography*. – 2020. - № 31. – С. 15-23.
2. Иванова-Швец, Л. Н. (2018). Социальные факторы инновационного развития регионов. *Уровень жизни населения регионов России*, 14(3), 53-58. DOI : <https://doi.org/10.19181/1999-9836-2018-10028>
3. Кириллов С.Н., Молоткова Е.Г. Факторы устойчивого развития региона // *Юг России: экология, развитие*. - 2010. - №4. С. 20-22
4. Руденко М.Н. Классификация факторов развития и реализации экономического потенциала регионов с позиции социокультурного подхода //

Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 15. – С. 2215-2230.
DOI: 10.18334/rp.18.15.38171

5. Хайруллов Д.С., Еремеев Л.М. Проблемы устойчивости социально-экономического развития региона // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – Казань. – 2012. – №1. – С.73–76

6. Цапиева О.К. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов / О.К. Цапиева // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2 (34). – С. 46–49.

Маковейчук К.А., к.э.н., доц.,
*ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского» в г. Ялте*
Масленникова Ю.А.,
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ИНДИКАТОРЫ ОЦЕНКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ ЕАЭС

Начиная с последнего десятилетия XX века уровень развития цифровых технологий играет значительную роль в конкурентоспособности стран и интеграционных объединений. Переход к цифровой экономике рассматривается ЕАЭС (Евразийским экономическим союзом) как одно из важнейших направлений, способствующих экономическому росту. В последние годы в государствах-членах ЕАЭС зафиксирован значительный прогресс цифровой трансформации во многих отраслях экономики. Обеспечение цифровой безопасности способствует защите данных и является одним из направлений, которое развивает Департамент информационных технологий ЕАЭС.

Исследованием вопросов информационной безопасности занимались различные отечественные и зарубежные учёные: Ромашкина Н.П., Баранов Н.А., Макаренко С.И., С. Фурнелл, Энтони Т.С. Хо, Дж.Стилл. Обеспечение информационной безопасности является не только защитой информации от несанкционированного доступа сторонних пользователей. По мнению Ясенева В.Н., информационная безопасность – это невозможность нанесения вреда свойствам объекта безопасности, обуславливаемым информацией и информационной инфраструктурой (защищенность от угроз); механизм предотвращения несанкционированного доступа, использования, раскрытия, нарушения, модификации, проверки, записи или уничтожения информации. Информация может быть физической или электронной. То есть информационная безопасность охватывает множество областей, таких как криптография, мобильные вычисления, кибернетическая экспертиза, социальные сети, электронные платежи и т. д.[1]

В настоящее время в каждом из государств-членов ЕАЭС существуют политико-программные документы, которые представляют собой систему норм

для обеспечения национальной безопасности в информационной среде. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации была принята 5 декабря 2016 года. 18 марта 2019 года была утверждена Концепция информационной безопасности в Республике Беларусь. Концепция информационной безопасности Республики Армения была принята в 2017 году, а в Кыргызской Республике в настоящее время действует Концепция информационной безопасности на 2019-2023 годы. Исключение представляет Республика Казахстан, где «Обеспечение информационной безопасности» является частью Закона о национальной безопасности от 6 января 2012 года. [2]

Также Комиссия ЕАЭС осуществляет совместную работу по обеспечению информационной безопасности по следующим направлениям: 1) участие в оценке проектов международных договоров и других нормативных правовых актов в области вопросов информационной безопасности; 2) комплексная защита информации при создании и функционировании интегрированной системы; 3) организация юридически значимого межгосударственного электронного документооборота; 4) обеспечение информационной безопасности и защита информации, обрабатываемой в информационных системах и информационных ресурсах Комиссии. [3]

Для того, чтобы оценить эффективность проводимых мероприятий, либо отдельных ИТ-систем в сфере информационной безопасности используются индикаторы информационной безопасности (ISI). Они стандартизированы Группой промышленных спецификаций ETSI (ISG) ISI. ETSI является некоммерческой организацией по стандартизации ИТ-сферы Европы. Данные индикаторы обеспечивают переход от качественных изменений к количественным в ИТ-безопасности. Оценка информационной безопасности осуществляется по следующим показателям: внешние и внутренние угрозы, колебания в поведении пользователя, несоответствия и/или уязвимости (программное обеспечение, конфигурация, функционирование, общая структура безопасности). С 2019 года обновлением данных спецификаций занимается ETSI TC CYBER. [4]

Индикаторы информационной безопасности принадлежат структуре ISI, состоящей из тесно связанных элементов, представленных ниже:

1. Индикаторы ISI (ISI-001-1 и Руководство ISI-001-2) – метод оценки уровня применения и эффективности мер безопасности, а также сравнительный анализ.

2. Модель событий ISI (ISI-002) – комплексная модель классификации событий безопасности, то есть их систематизация и реализация.

3. Завершённость ISI (ISI-003) – необходима для оценки уровня развития общих возможностей SIEM (технология, люди, процесс) и для понимания результатов обнаружения событий.

4. Руководство ISI по реализации обнаружения событий (ISI-004) – инструкция создания индикаторов и обнаружения связанных событий с помощью различных методов (с классификацией вариантов использования, неполадок).

5. ISI Event Stimulation (ISI-005) – способ создания событий безопасности и проверки эффективности существующих средств обнаружения.

6. Совместимая с ISI архитектура измерения и управления событиями для кибербезопасности и безопасности (ISI-006) – рабочий элемент, который фокусируется на разработке языка кибербезопасности для моделирования баз данных об угрозах.

7. Руководство ISI по созданию и эксплуатации защищенного SOC (ISI-007) – набор требований для создания и эксплуатации защищенного SOC (Security Operations Center), касающихся технических, пользовательских и технологических аспектов.

8. ISI Описание подхода SIEM в масштабах всей организации (ISI-008) – полный подход SIEM (на основе SOC), позиционирующий все аспекты и спецификации ISI. [4]

ЕЭК (Евразийская экономическая комиссия) совершает комплексную работу в области защиты информации. Одним из пунктов является обеспечение разработки и утверждения в установленном порядке организационных и технических требований по информационной безопасности, предъявляемых к интеграционному и национальным сегментам интегрированной системы. В данный пункт входят следующие элементы: 1) законодательная, нормативная, правовая и научная база; 2) структура и задачи органов (подразделений), обеспечивающих безопасность интеграционного сегмента интегрированной системы и национальных сегментов интегрированной системы; 3) организационно-технические и режимные меры и методы защиты информации; 4) программно-технические способы и средства обеспечения информационной безопасности. Тем не менее на данный момент у ЕАЭС отсутствуют общепринятые стандарты, индикаторы оценки информационной безопасности [3].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что для гармонизации деятельности ЕАЭС в области обеспечения информационной безопасности необходимо использовать индикаторы ISI, либо разработать собственные, для оценки эффективности проводимых мероприятий.

Список использованных источников:

1. Ясенев В.Н. Информационная безопасность / В.Н. Ясенев. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2017. – 198 с.
2. Вихрова О.В. СМИ как проводник интеграционных процессов в ЕАЭС / В.О. Вихрова // Международная жизнь: Экспертная оценка. – 2020. – С. 95–100.
3. Обеспечение информационной безопасности [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/inftech/ib/Pages/default.aspx>
4. Standards ISI ETSI [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.etsi.org/standards#Pre-defined%20Collections>

НАУЧНО–ТЕХНИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАН МИРА

В современном мире научно-технический потенциал стал фактором глобального значения. От него во многом зависят лицо мировой экономики, мировой торговли, взаимоотношения между отдельными странами и регионами.

В развитых странах уровень инновации в экономике определяется значительным объемом новых знаний и емкостью рынка высокотехнологичной продукции. На их долю участия приходится более 90 % научного потенциала мировой экономики, а также более 80 % мирового рынка высоких технологий.

Научно–технический прогресс и уровень инновационного развития основных факторов производства оказывают существенное влияние на развитие национальной экономики, ее рост и конкурентоспособность, помимо факторов глобализации, геополитической и финансовой нестабильности, стабильности мировой экономической политики. Динамика инновационного сектора, обеспечивается симбиозом науки (наукоемкие отрасли, создание новых технологий), системы образования и интеллектуальных ресурсов в современном мире, определяет важность и место государства в формирующихся международных отношениях и уровень экономической безопасности. Инновационное развитие национальной экономики, согласно многочисленным исследованиям и практике развитых стран, зависит не только от качества человеческого капитала и жизни, значительных инвестиций, высоких стандартов безопасности общества и бизнеса, привлекательности инвестиционного и предпринимательского климата, но и от предпосылок фундаментального характера, к которым относятся уровень развития науки и цифровой экономики в стране, наличие высокоразвитых интеллектуальных центров, эффективное государственное регулирование, наличие мощных инновационных систем. В глобальной экономической системе конкурентные преимущества предоставляются государствам с наиболее подходящими условиями для разработки и коммерциализации инноваций.

В современной науке внимание ученых сосредоточено не только на решении тактических задач экономического развития государства, но и на разработке и обосновании стратегических направлений деятельности, к которым относится национальная инновационная система. Инновационные теории в динамических и эволюционных аспектах были разработаны Й. Шумпетером (1982), П. Друкером (2003), Э. Мэнсфилдом (1970), Г. Меншем (1979), Ю. Яковцом (2004), К. Пересом (2005) и другими. В высокотехнологичной экономике инновации играют большую роль в обеспечении конкурентоспособности как хозяйствующих субъектов, так и государства в целом. Категория «инновация» характеризуется

универсальностью, широкой сферой применения и сложностью структурных элементов, имеющих различные подходы к раскрытию ее содержания. Инновации, по словам Шумпетера (1982), являются «ядром нового типа конкуренции» и вызывают оживление длительных циклов деловой активности. Ученые разработали инновационную теорию длинных волн, впоследствии интегрированную в общую инновационную теорию экономического развития.

Друкер (2003) считает, что инновация - это социально-экономическая концепция, определяющая цель инновационного решения по увеличению отдачи от вложенных ресурсов.

Мэнсфилд (1970) исследовал диффузию (проникновение на рынок) инновационных продуктов и доказал нелинейный характер инновационного процесса.

Клейнер (1986), Харин (2009), Фатхутдинов (2008) внесли значительный вклад в изучение инновационных систем и инноваций, а также факторов, оказывающих непосредственное влияние на эффективность инновационного развития.

Современное развитие мировых экономических отношений и глобализация экономики определяют необходимость инновационного развития национальной экономики, основными элементами которой являются знания и инновации. Невозможно переоценить роль и значение интеллектуальных ресурсов и инновационного потенциала. Эффективное действие современной парадигмы инновационного развития национальной экономики должно обеспечить не только переход от экспортно-сырьевой ориентации отечественной экономики к приоритетному развитию высокотехнологичных отраслей, но и доступ к существующим сегментам глобального инновационного рынка.

Список использованных источников:

1. Зубенко, В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум / В.В. Зубенко, О.В. Игнатова, Н.Л. Орлова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 409 с.
2. Мировая экономика: Учебник / Под ред. Ю.А. Щербанина. - М.: ЮНИТИ, 2017. - 519 с.
3. Пономарева, Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие / Е.С. Пономарева, Л.А. Кривенцова. - М.: ЮНИТИ, 2017. - 287 с.
4. Поморина, М.А. Мировая экономика. Международные экономические отношения. Глобалистика / М.А. Поморина. - М.: КноРус, 2018. - 320 с.
5. Халевинская, Е. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник / Е. Д. Халевинская. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. – 400 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время Россия, как и почти все страны мира, стремится к стабильному экономическому росту, обеспечивающему улучшение благосостояния населения, за счет развития инновационной и инвестиционной активности в регионах. Но перейти к экономике инновационного типа, активизировать инновационную систему можно только при разработке комплекса мероприятий по сбалансированию организационных, экономических, управленческих, правовых и политических решений.

В следствии возникает потребность государственного регулирования инновационных процессов главной целью, которых является формирование экономической концепции, формирование благоприятных условий привлечения инвестиций, требуемых для модернизации и инновационного обновления экономики.

Государственное регулирование инновационных процессов, реализуемое посредством направленного воздействия организаций государственного управления на экономические интересы институтов инновационной области, подразумевает в качестве условия собственной эффективности предвидение взаимодействий данных институтов на действия муниципальных учреждений. Таким образом, аппарат государственного управления осуществляет регулирующее влияние на предмет инновационных процессов так, чтобы получать желаемые итоги.

Государство использует как экономические (косвенные), так и административные (прямые) методы воздействия на инновационные процессы путем издания и корректировки соответствующих законодательных актов, а также путем осуществления инвестиционной политики.

Признание необходимости государственного регулирования в этой сфере сталкивается с противоречием, существующим между свободным предпринимательством и государственным вмешательством в экономические процессы. Государство осуществляет все виды регулирования инновационных процессов - организационное, экономическое, финансовое, нормативное и правовое.

Государственное регулирование инновационных процессов в России включает следующие инструменты:

- социально-экономические и научно-технические прогнозы государственной политики в области финансов, цен, денежного обращения, структурной воспроизводственной политики и др.;

- государственно-административные, общеэкономические и рыночные регуляторы;

- федеральные и региональные программы, балансы и модели оптимизации экономических процессов;
- государственные заказы и современные контрактные системы;
- индикативные механизмы и регуляторы деятельности государственных предприятий, а также организаций других форм собственности;
- механизм интеграции регуляторов и структур.

В России государственная инновационная политика реализуется на двух уровнях деятельности: общегосударственном (федеральном) и региональном (местном).

Основной задачей федеральной инновационной политики является создание благоприятного инновационного климата для материализации государственных приоритетов научно-технического развития в экономической сфере.

Экономика России, несмотря на новую модель экономического развития, сохраняет низкий уровень инновационной активности по сравнению с другими странами. Международная бизнес-школа, Всемирная организация интеллектуальной собственности и Корнельский университет ежегодно проводят исследования стран мира по показателям развития, инновационности и технологиям. На основе полученных данных публикуют «Глобальный индекс инноваций» (ГИИ), где составляют рейтинг стран мира по уровню инноваций (табл. 1)[2].

Для определения значения индекса определяют среднее значение между ресурсами инноваций и их результатом.

Таблица 1.

Рейтинг стран по уровню инноваций согласно ГИИ в 2020 г. [2]

№	Страна	Индекс
1	Швейцария	66,1
2	Швеция	62,5
3	США	60,6
4	Великобритания	59,8
5	Нидерланды	58,8
6	Дания	57,5
7	Финляндия	57
8	Сингапур	56,6
9	Германия	56,5
47	Россия	35,6

Главной причиной сильного отставания России в данном рейтинге (табл.1) является слабая эффективность институтов, создающих условия для бизнеса и творчества.

Кризисная ситуация из-за пандемии коронавируса в совокупности со снижением источников финансирования определяет главные приоритеты для правительств ведущих стран в области планирования будущей поддержки

исследований и разработок, инноваций (главным образом в сфере малого предпринимательства и стартапов).

В целом в РФ существуют следующие проблемы государственного регулирования инновационных процессов [3]:

- 1) преобладание в структуре НИОКР разработок для оборонного комплекса;
- 2) формирование некоммерческих связей между предприятиями на всех стадиях создания инноваций;
- 3) недостаточное финансирование инновационных разработок со стороны государства;
- 4) преобладание командно-административных и политических методов управления в инновационной области деятельности;
- 5) потеря части высококвалифицированных кадров, ушедших в другие сферы или эмигрировавших в другие страны;
- 6) отсутствие системной подготовки инноваторов и венчуристов;
- 7) отсутствие системы инвестирования научно-технической и инновационной деятельности на макро-, мезо- и микроуровнях.

Все эти и многие другие проблемы призвана регулировать инновационная политика государства, основной задачей которой является обеспечение увеличения валового внутреннего продукта страны за счет освоения производства новейших видов продукта и технологий, но кроме того и расширения рынков сбыта отечественных продуктов.

Таким образом, РФ имеет достаточный потенциал для осуществления инновационных проектов. Однако с другой стороны, данные процессы задерживают санкции против Российской Федерации, невысокие экономические показатели в различных технологических процессах также отсутствие высококвалифицированных экспертов. По этой причине следует минимизировать негативные последствия европейских санкций на экономику и увеличить финансирование в НИОКР.

Список использованных источников:

1. Рашкин В.Ф. Аспекты государственного регулирования инновационных процессов в Российской Федерации /В.Ф. Рашкин // Правовое регулирование. - 2008. – № 23. - С. 35-41.
2. Глобальный индекс инноваций (ГИИ) 2020 (официальный сайт) [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org>
3. Бурыкин, Евгений Государственное регулирование инновационных процессов в РФ: моногр. / Евгений Бурыкин. - М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2018. - 172 с.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБМЕНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Одним из показателей успешного экономического развития и высокого темпа роста является инновационность экономики, что ориентирует государство на поддержание научно-технического потенциала. Предполагается, что при этом в основном прибыль создаёт интеллект новаторов и учёных, информационная сфера, а не материальное производство и не концентрация финансов

Рассмотрев позиции стран мира относительно критерий инновационности экономики, важно отметить, что ежегодно рейтинг подвергается изменениям.

Так, крупным победителями среди стран с рейтингом 2020 года стала Словения, которая, на фоне 34-уровневого улучшения патентной активности, приобрела за год 10 позиций и заняла в рейтинге 21 строчку (изменение с 2016: + 3 позиции). Чили поднялась на семь пунктов до 51-й позиции.

Крупнейшим проигравшим в индексе этого года стала Новая Зеландия, теряя позиции третий год подряд, в этом году опустилась еще на пять строчек до № 29 на фоне падения производства добавленной стоимости (изменение с 2016: – 7 позиций).

В списке 60-ти победителей появились четыре экономики: Алжир (сразу на 49 месте), Египет, Казахстан (был в рейтинге 2017 года) и Макао.

Таким образом, результаты рейтинга инновационности стран мира отличается от данных относительно занимаемых позиций на мировом рынке научно-технического обмена. Для определения значимости государства на мировом рынке инновационных разработок оценивается его научно-технический потенциал, инвестиции и вклад, количество и стоимость разработок и продуктов НИОКР, в то время как инновационность экономики позволяет определить готовность и открытость страны к научно-техническому обмену, сосредоточение крупных компаний, деятельность которых направлена на разработки прогрессивных технологий. Данные страны выступают на рынке, как покупатели, так и продавцами, так как основной целью является не «гонка» за лидирующие позиции на мировой арене, а так высокотехнологическое развитие национальной экономики и общества в целом привнося максимальный вклад для получения эффективной отдачи.

Инновационный вектор развития экономики рассматривается, в настоящее время, как основа всех дальнейших преобразований в социально-экономической и культурно-общественной сферах. Становление новой экономики позволят провести коренные преобразования не только производственной сферы, но и способствовать изменениям в общественной среде, способствовать росту гуманизации всех сфер жизни человека,

минимизировать техногенное воздействие на окружающую среду, содействовать развитию всех секторов экономики на инновационной основе.

Крупнейшими экспортёрами научно-технической продукции в 2020 г. стали следующие страны (рис. 1):



Рисунок 1. Страны-лидеры в мировом экспорте научно-технической продукции на 2020, млрд. долл. США [1]

Так, наибольшую роль на этом рынке играет Китай. В 2020 году на него приходилось четверть всех высокотехнологичных поставок, а их стоимость оценивалась в 417,7 трлн. долл. США. Второе и третье место занимают Германия и США: в 2020 году на эти страны в совокупности пришлось 18% от всего мирового экспорта высокотехнологичных товаров.

Представим рейтинг стран-экспортёров научно-технической продукции в денежном выражении на 2020г. (табл.1).

Таблица 1

Рейтинг стран-экспортёров научно-технической продукции в 2020 г.

№	Страна	Объём экспорта, трлн. долл. США	%
1	Китай	417,7	28
2	Германия	171,6	11
3	Сингапур	136,2	9
4	США	110,1	7
5	Южная Корея	72,7	5

Низкий показатель США обуславливается тем, что в стране происходит процесс деиндустриализации, промышленные производства перемещаются в другие страны, а экспорт все больше смещается с товаров на оказание услуг. Аналогичная ситуация происходит и со многими европейскими государствами. А вместо них лидерами в высокотехнологичном экспорте становятся азиатские страны. Следовательно, на данный момент на мировом рынке происходят глобальные изменения, так как многие крупнейшие компании перемещают своё производство и капитал в страны с более дешёвыми ресурсами и широкой площадкой для реализации, что обуславливает стремительный рост

статистических данных развивающихся стран относительно внешнеэкономического обмена научно-технической продукцией, а фактически прибыль от этого приходится на развитые страны, а экономика «стран-арендодателей» остаётся на том же уровне принимая лишь меньшую долю от этого оборота.

Рассмотрим рейтинг стран-импортёров научно-технической продукции в денежном выражении на 2020 г. (табл. 2).

Таблица 2

Рейтинг стран-импортеров научно-технической продукции в 2020 г.

№	Страна	Объём импорта, млрд. долл. США
1	Гонконг	51,9
2	Сингапур	27,9
3	Малайзия	25,2
4	Китай	22,7
5	Филиппины	19,8

Из выше представленных данных следует, что первое лидирующее место занимает Гонконг, который является мировым высокоразвитым финансовым центром, в ряду имеющих прав этот административный район рассматривается отдельно от Китая. Далее следует Сингапур, чья экономика без отсутствия природных и значительных территориальных ресурсов полностью строится на высокоразвитых технологиях. За такими небольшими, но высокоинтеллектуальными государствами стоит будущее всего мирового сообщества, так как в такой гармонии грамотного использования и распределения самого перспективного направления современности заключается эффективное функционирование государства вне зависимости от нестабильности внешней экономики.

Список использованных источников:

1. Власова В.В., Рудь В.А. Глобальный инновационный индекс — 2019 // Наука. Технологии. Инновации. Экспресс-информация. НИУ ВШЭ. 2019 [Электронный ресурс]. URL: https://issek.hse.ru/data/2019/07/24/1481487665/NTI_N_137_24072019.pdf
2. Инновационный потенциал как условие экономического роста региона: монография / А.А. Дранаева, Т.В. Кокуйцева, А.А. Русинов / под ред. А.А. Чурсина. – М.: Спектр, 2012. – 277 с.
3. Шахмаев А.С. Анализ инновационной политики развитых стран // Креативная экономика». 2012. №6 (66). С.65-69

СЕКЦИЯ 9. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Алексеева Н.И., д.э.н., профессор
Слюсаренко А.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях динамичных изменений внешней среды, влияния пандемии на экономику важным является применение информационного обеспечения, поскольку большую роль в повышении результатов деятельности предприятия играют инновации в сфере цифровизации. Научно-технический прогресс неразрывно связан с развитием информационно-цифрового общества, что влечет за собой принципиальные изменения в способах организации и управления экономическим поведением предприятия.

Информационное обеспечение системы управления экономическим поведением предприятия основывается на выборе современного и совершенного программного обеспечения, которое способно фиксировать и интерпретировать различные явления на предприятии.

Для развития информационного обеспечения системы управления экономическим поведением промышленного предприятия за современных условий приоритетное значение имеют следующие тенденции:

- более широкое признание важности использования информационных и коммуникационных технологий в развитии мирового промышленного производства;
- повышение надежности и удешевление ресурсов для сохранения информации в электронном виде;
- слияние средств массовой информации и инструментов коммуникации;
- усовершенствование качества систем связи [2, с. 104].

В целом информационное обеспечение системы управления экономическим поведением предприятия имеет следующие функции (рис. 1).

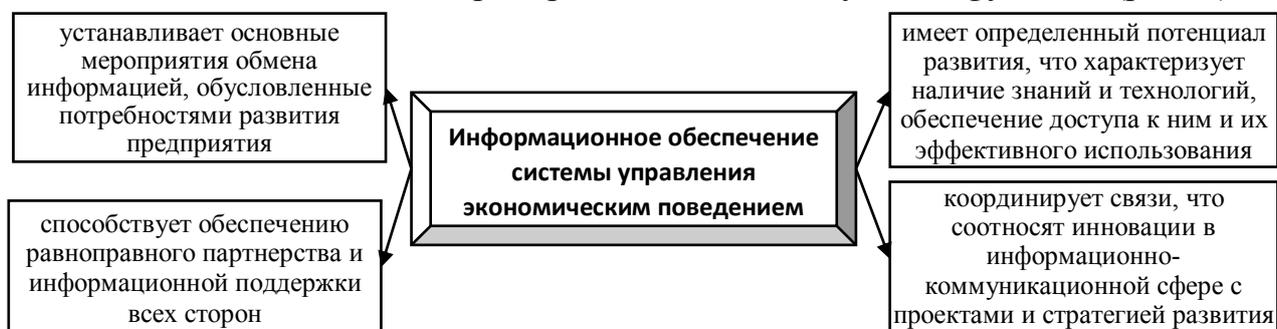


Рисунок 1 – Функции информационного обеспечения системы управления экономическим поведением предприятия

Традиционно информационные технологии используются для управления оперативной деятельностью предприятия, однако в современных условиях ИТ все чаще являются основой для создания стратегии и потенциальным источником построения конкурентного преимущества предприятия [1, с. 43].

Доступ к информационно-коммуникационным технологиям в рамках эффективно действующего информационного обеспечения системы управления экономическим поведением позволит предприятиям получить следующие преимущества (рис. 2).

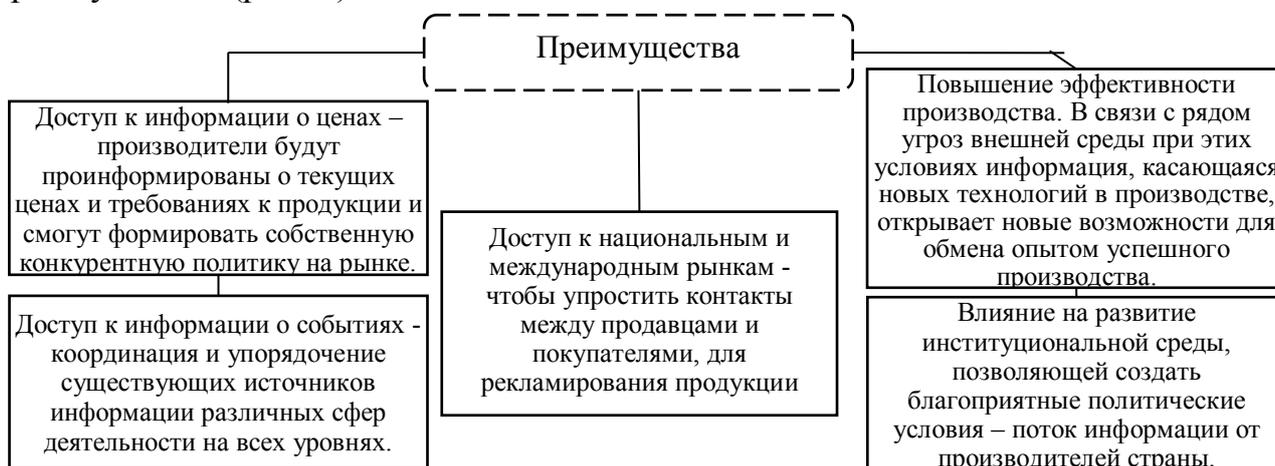


Рисунок 2 – Преимущества доступа к информационно-коммуникационным технологиям

Использование традиционных методов коммуникации в условиях перехода на онлайн график не обеспечивает полной реализации всех задач. Поэтому современные предприятия ориентируются на реализацию бизнес-процессов, максимально используя возможности информационных сетей при реализации поведенческих функций предприятия, в связи с чем информационно-коммуникационная структура предприятия должна составлять основу процессов принятия управленческих решений [3, с. 993].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что, управление экономическим поведением предприятия и принятии управленческих решений на основе использования информационных технологий является перспективным направлением, включающем сбор и получения данных с помощью их анализа, вплоть до разработки сложных аналитических моделей и процедурами поведения для бизнеса. Информатизация и цифровизация экономического пространства создают возможность управлять экономическим поведением предприятия с помощью информационного обеспечения.

Список использованных источников:

1. Заика Ю.А. Информационное обеспечение системы управления экономическим поведением промышленного предприятия / Ю.А. Заика // Восточная Европа: экономика, бизнес и управление. – 2017. – Вып. 1. – С. 42-46.

2. Клецкова Е.В. Информационное обеспечение реализации инноваций как важный стратегический ресурс/ Е.В. Клецкова // Инновационные решения социальных, экономических и технологических проблем современного общества. – 2021. – С. 103-107.

3. Раца О.Б. Методически аспекты исследования среды при формировании экономического поведения предприятия / О.Б. Раца // Глобальные и национальные проблемы экономики. – 2015. – 6. – С. 992-996.

Колос И.В., ст. препод.,
Пестерева Е.И.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк

SOCIAL MEDIA MARKETING КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Social Media Marketing – (SMM) представляет собой комплекс методов и мероприятий, которые направлены на использование социальных сетей в качестве каналов продвижения и решения других бизнес-задач. Другими словами, SMM - процесс привлечения внимания к бренду, продукции, компании через социальные платформы. На сегодняшний день существует огромное количество служб сетевого общения, включая блоги, микроблоги, бизнес-сети, геосоциальные сервисы, форумы, фотохостинги, социальные сети, видеохостинги.

Социальный медиа-маркетинг основывается на таких платформах, как[4]:

- блоги (LiveJournal, Twitter, WordPress, Tumblr);
- подкасты (PodFM, LibSyn);
- социальные сети (Instagram, Facebook, Одноклассники, ВКонтакте);
- социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed);
- онлайн-игры (World of Warcraft, League of Legends, DOTA 2).

Стоит отметить, что на сегодняшний день многие современные компании создают собственные аккаунты в самых распространённых социальных сетях с целью привлечения клиентов и взаимодействия с целевой аудиторией. Для каждой платформы существуют определённые методы оценки своей аудитории. Например, для оценки аудитории блогов используются счетчики авторитетности, читаемости и рейтингов; для форумов – статистика посещений, которую ведет сама платформа. Также, задействуются автоматизированные службы мониторинга и анализа социальных средств коммуникации, которые получают данные от площадок напрямую [4].

Для производителя, который ставит перед собой цель - задействование в продвижении торговой марки социальные сети, следует установить постоянное взаимодействие со своей целевой аудиторией. Отсутствие продуманных задач и стратегий в SMM не позволяет эффективно использовать данный инструмент. Следует выделить следующие шаги в соблюдении SMM-стратегии [1]:

- создание и продвижение аккаунта, включающее привлечение подписчиков и брендиование самого аккаунта;
- продвижение аккаунта с использованием контекстной рекламы, «чистых аккаунтов» и сторонней рекламы;
- управление контентом: использование аккаунта в маркетинговых целях.

В SMM акцент делается на создании контента, который пользователи сети будут распространять через социальные медиа самостоятельно, без участия автора. Такой контент вызывает больше доверия у потенциальных потребителей товаров или услуг, так как человек склонен больше доверять своему окружению, публикующему на своих страницах информацию определенной организации. Это является рекомендательной схемой ее распространения за счет социальных связей, лежащих в основе взаимодействия пользователей, потому как подобный контент не воспринимается потребителями в качестве рекламы и не вызывает отторжения [2].

Также, медиа-маркетинг имеет ряд особенностей, которые помогают производителям развивать свой бизнес качественно в довольно короткий срок.

Таблица 1 – Основные преимущества медиа-маркетинга

1. Масштабность	Подразумевает широкий охват аудитории, вне зависимости от их часового и географического положения.
2. Таргетирование	Подразумевает способность выделить из всех пользователей социальных сетей свою целевую аудиторию, подходящую по заданным параметрам (возрастным, гендерным, территориальным и т.д.)
3. Экономичность	Подразумевает значительное снижение расходов, связанных с продвижением услуг или продукции, наймом персонала, включая снижение транзакционных издержек, связанных с ведением переговоров, заключением сделок и т.д.
4. Скорость передачи информации	Включает в себя быстрый поиск необходимой информации о конкурентах, продукции и т.д.
5. Уникальность	Подразумевает уникальный в своем роде источник получения информации о потенциальных потребителях.

Более того, наряду с SMM, эффективным инструментом продвижения бизнеса существует такой процесс, как SMO (Social Media Optimization) – оптимизация сайтов для социальных систем; стоит отметить, что эти два термина были введены веб-мастером Рохитом Боргавой в 2006 году. Подробнее рассмотрим данные понятия в таблице 2.

Таблица 2 – Сущность SMM и SMO

<p>SMM. В отличие от SMO, все действия по SMM-продвижению осуществляются за рамками продвигаемого сайта и заключаются в осуществлении маркетинговых мероприятий в социальных медиа. Другими словами, SMM – это продвижение сайта с помощью непосредственного взаимодействия с целевой аудиторией, для чего и задействуется социальное пространство.</p>	<p>SMO. Работа по оптимизации сайта для дальнейшего его продвижения в социальных системах (аналог внутренней оптимизации в SEO). Другими словами, сайт оформляют и проводят подготовку к тому, чтобы пользователи социальных медиа находили на его страницах то, что их интересует, добавляли его в закладки, рассказывали о сайте своим друзьям и т.д.</p>
--	--

Таким образом, на современном этапе развития рынка, поиск и реализация новых и оригинальных идей являются главными условиями успешного продвижения бизнеса. SMM дает возможность организации выделиться среди конкурентов, привлечь внимание потенциальных потребителей, а также значительно снизить затраты на традиционную рекламу. [3], [4]. Инструментарий для достижения этих целей довольно широкий, что позволяет компаниям выбирать наиболее подходящие методы, основываясь на её индивидуальных особенностях и потенциале. SMM – один актуальных, креативных способов продвижения, позволяющих эффективно распространять нужную информацию об организации, услугах или товаров в интернет-пространстве.

Список использованной литературы:

1. Амирова Д.Р. Преимущества использования инструментов интернет-маркетинга для современных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. - № 2. – [14-16].
2. КиберЛенинка-научная электронная библиотека [Электронный ресурс] Основные характеристики новых социальных медиа, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sotsialnyh-media>.
3. КиберЛенинка-научная электронная библиотека [Электронный ресурс] / Особенности продвижения товара через социальные платформы, URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-tovara-cherez-](https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-tovara-cherez-sotsialnye-platformy).
4. КиберЛенинка-научная электронная библиотека [Электронный ресурс] / SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ как эффективный инструмент интернет-маркетинга <file:///C:/Users/1015BX/Downloads/smm-prodvizhenie-kak-effektivnyy-instrument-internet-marketinga.pdf>.

Кравченко Е.С., к.э.н., доцент, Овсянникова В.В.
ГО ВПО «ДонНУЭТ», г. Донецк

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мы живем в эпоху, когда технологии являются основой роста и конкурентоспособности предприятий. Большинство нецифровых предприятий

осознают необходимость цифровой трансформации активно трансформируют традиционные подходы к организации бизнеса, особенно после того, как пандемия COVID-19 придала импульс к цифровизации бизнес-моделей.

Отсутствие четких и доступных информационных источников, сервисов, платформ, приложений или порталов цифровой трансформации бизнес-модели снижает скорость внедрения инноваций в отечественное предпринимательство. Определенные проблемы обуславливают необходимость разработки методологического подхода к оценке качества информационного обеспечения бизнес-модели предприятия.

Информация – это сердце бизнеса, поэтому для эффективного управления информацией и использования их для повышения конкурентоспособности бизнес-модели, необходимо заботиться о цифровой грамотности персонала, обеспечить доступ к данным и конкретные цифровые инструменты для работы с данными [1].

Информационное обеспечение бизнес-модели предприятия – это непрерывный процесс получения, формирования и использования достоверной внешней и внутренней информации путем использования информационно-аналитического портала, который учитывает механизм, включающий использование информационных ресурсов, технических средств и технологий, предоставляющих информацию заинтересованным пользователям для принятия управленческих решений, а также хранения информации, учет существующих угроз и рисков в рыночной среде, которые существуют в информационной системе с целью своевременной реакции на них, разработки средств защиты, достижение поставленных целей деятельности предприятия.

С учетом данного определения модель информационного обеспечения бизнес-модели предприятия может быть представлен как система, которая функционирует в определенной среде (рис.1).

В этом цикле постоянное определение, измерение, анализ и улучшение качества информационного обеспечения бизнес-модели (IQ^{BM}) имеет важное значение для обеспечения высокого качества информации. Компонент определения цикла определяет важные параметры IQ^{BM} и соответствующие требования к IQ^{BM} . Оценка качества информационного обеспечения бизнес-модели может быть объективной или субъективной, что позволяет выявить проблемы и оценить влияние некачественной информации на принятие управленческих решений. Улучшение предполагает применение современных методов оценки качества (метод Тейлора, цикл контроля Шухгарта-Деминга (PDCA), диаграмма причин и результатов, диаграмма Парето, др.) для улучшения качества IQ^{BM} .



Рис. 1. Модель управления качеством информационного обеспечения бизнес-модели предприятия (IQ^{BM})

Среди основных качественных характеристик, которые должны быть присущи любой информации, можно выделить [1]: достоверность, объективность, полноту, своевременность, существенность. Однако даже наличие всех перечисленных качественных характеристик в достаточной степени не всегда обеспечивает эффективность использования информации при формировании бизнес-модели предприятия.

Для оценки качества информационного обеспечения бизнес-модели предприятия может быть использована модель, которая впервые была предложена в 1977 Мак Колом [2]. Основываясь на подходе к оценке качества Мак Кола, нами выделены три группы характеристик качества: 1) факторы (factors), описывающие информационное обеспечение с позиций пользователя и задаваемые требованиями; 2) критерии (criteria), описывающие информационное обеспечение с позиций разработчика бизнес-модели и задаваемые как цели; 3) метрики (metrics), используемые для количественного описания и измерения качества бизнес-модели.



Рис.2. Метрики оценки качества информационного обеспечения бизнес-модели предприятия

Объективно оценить или измерить факторы качества непосредственно довольно трудно в силу их нематериальности. Поэтому, метрики качества оцениваются экспертным методом по шкале от 0 до 10

В теории информации основной качественной характеристикой информации, непосредственно связанной с эффективностью ее использования считается ценность информации. Именно ценность информации должна лежать в основе оценки информационного обеспечения бизнес-модели предприятия. Однако статус «ценная» информация может приобрести, если она владеет рядом второстепенных качественных характеристик, приведенных выше. Таким образом, можно считать ценность информации обобщенным показателем ее качества, характеризующим наличие в достаточной степени других характеристик. Ценность информации для формирования бизнес-модели предприятия можно выразить как прирост добавленной стоимости или экономии затрат овеществленного труда, которая, в свою очередь, выражается экономией материальных затрат и амортизацией необоротных активов. Далее эти характеристики можно декомпозировать на сопоставимые элементы для более детального анализа. Данное утверждение можно представить в виде формулы:

$$Ц_{БМ}^I = \Delta EVA_t = E_t^3 + R_t, \quad (1)$$

где $Ц_{БМ}^I$ – ценность информации для формирования бизнес-модели в период t ;

ΔDV_t – прирост или утрата добавленной стоимости в периоде t ;

E_t^3 – экономия текущих затрат на создание ценностного предложения в периоде t ;

R_t – прирост рыночной доли рынка (или повышение уровня потребительской лояльности) в периоде t .

Таким образом, с одной стороны, выделив характеристики оценки качества информационного обеспечения, можно осуществлять оперативный контроль с оценкой качественных характеристик для повышения обоснованности управленческих решений. С другой стороны, можно управлять этим качественным уровнем, то есть в процессе создания и подготовки информации по управлению бизнес-моделью предприятия совершенствовать качественные характеристики до установленного целевого (нормативного) уровня.

Список использованных источников:

1. Bugrov O., Bugrova O. Formation of a cumulative model for managing the value of construction projects // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2017. – Vol. 5. – Issue 3 (89). – P. 14–22.
2. McCall J. Factors in Software Quality / McCall J., Richards P., Walters G. – Springfield, 1977

Маковейчук К.А., к.э.н., доцент, Потапенко А. Р.
ГПА (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ В РФ

Цифровизация экономики в целом и всех отраслей, где задействованы

данные пользователей, приводят к тому, что увеличивается и количество инцидентов с попытками хищения этих данных, в том числе успешными, и с каждым годом становится всё труднее им противостоять.

Целью данной статьи является анализ существующих средств защиты информации в РФ, как для данных, защита которых предусмотрена на государственном уровне, так и для прочих данных пользователей.

На сегодняшний день большинство организаций уже столкнулись с необходимостью обеспечения защиты персональных данных сотрудников и клиентов, охранять которые от утечек предписывают законы РФ.

Выделяют три основных типа угроз безопасности информации:

- нарушение целостности (какое-либо искажение подлинности информации или достоверных данных, а также включение новой информации);
- утрата конфиденциальности (разглашение информации о каком-либо объекте);
- нарушение доступности к своему продукту (утрата паролей, логинов от продуктов, недоступность сервиса в Интернет).

Рассмотрим, какие меры обеспечения защиты информации предусматриваются государством на законодательном уровне. Нормативно-правовые акты делятся на 3 категории:

- определяющие меры, охраняющие массовые потоки информации (входят организационные, аппаратные, а также программные методы);
- акты, связанные с административным или уголовным преследованием лиц, нарушающих законодательство в сфере сохранности данных;
- определяющие необходимость и степень обеспечения безопасности информации.

Далее рассмотрим разделение информации на группы по правовому статусу.

- защищаемая на основании решения субъекта или субъектов оборота – коммерческая тайна, охраняемая нормами закона после совершения компанией ряда действий. Предусматривает включение данных в список сведений, ознакомления с ним сотрудников и принятия ряда внутренних нормативных актов компании;

- защищаемая нормами закона о персональных данных и государственная тайна, степень охраны которой бывает нескольких уровней, а также врачебная, банковская тайна и другие типы служебной информации.

- информация, не относящаяся к вышеперечисленным группам, но разглашение или какое-либо изменение которой может причинить существенный вред организации или иным лицам

Теперь рассмотрим полномочия ведомств в части использования программного обеспечения (ПО) для защиты информации.

Право на определение программных продуктов, которые применяются для защиты информации, представляющей собой государственную тайну, принадлежит трем структурам:

- ФСБ РФ (в части определения прав допуска к охраняемым данным и в

части сертификации криптографических программ);

– Межведомственной комиссии по защите государственной тайны (ее полномочия распространяются только в отношении информации, составляющей государственную тайну);

– ФСТЭК (Федеральная служба по техническому и экспортному контролю) России (в части применения некриптографических программных методов).

Сертификация средств защиты информации осуществляется на соответствие требованиям по безопасности информации, установленным нормативными правовыми актами ФСТЭК России, а также техническими условиями, техническим заданием, заданием по безопасности, согласованными заявителями на сертификацию с ФСТЭК России. Криптографическое ПО сертифицирует ФСБ.

Однако, есть некоторые недостатки сертификации:

- 1) процесс сертификации нового ПО занимает порядка одного года;
- 2) сертификация ограничен на определенное количество экземпляров;
- 3) сертифицированные программы не дорабатываются, иначе процесс сертификации необходимо проводить с самого начала.

И наконец, рассмотрим типы программ, обеспечивающих безопасность данных.

Если программа была сертифицирована, то она вносится в специальный государственный реестр, где получает свой класс защиты. Эти классы бывают:

- класс АС учитывает количество уровней доступа к информации;
- класс контроля НДВ (уровня отсутствия НДВ) – это категория недокументированных возможностей программы, которые не отражаются в пользовательской документации;
- класс РД СВТ определяет уровень защиты от несанкционированного доступа (НСД), всего их семь, 1 самый защищенный из всех, рассмотрим эти уровни.

1 уровень – информация особой государственной важности. перехват любых попыток доступа к информации.

2 уровень – гриф на данных “Совершенно секретно”.

3 уровень – гриф на данных “Секретно”. Ранжирование уровней пользователей.

4-7 уровень – защита данных, не имеющих отношения к государственной тайне. На 5-6 уровне предусмотрено разграничение прав доступа пользователя к данным.

Далее рассмотрим основные средства защиты данных от угроз.

Средства обнаружения вторжений (функционал направлен на отражения сетевых атак, несанкционированный доступ к данным, действие троянов и прочего вредоносного ПО).

Средства антивирусной защиты (предназначены для выявления вредоносного ПО, знаком каждому рядовому пользователю. Работа происходит по 1 из 2 алгоритмов.

1) Анализ содержимого файла. Производится детектирование на наличие сигнатур (характеристика программного кода ПО, включающая определенные блоки, соответствующие признакам вирусной программы) вирусов и присутствие подозрительных команд.

2) Отслеживание поведения программы при ее выполнении. Все события протоколируются при реальном запуске. ФСТЭК сертифицирует антивирусы по шести классам. Чем выше класс ПО (первый самый высокий), тем в более сложных системах оно может применяться.

Выделяют 3 типа антивирусных средств:

- для удаленных рабочих мест;
- для автоматизированных рабочих мест;
- для серверов.

Антивирусы устанавливаются всегда, так как это дополнительная защита, которая может обезопасить от вредоносного ПО, а также от кражи банковских и не только данных.

Выводы. Подводя итоги, можно сказать, что выбор программного средства защиты информации главным образом зависит от архитектуры системы и степени защиты, которая требуется исходя из норм законодательства и рекомендаций ФСТЭК России. Правильный выбор и применение средств в комплексе позволят минимизировать риски утечек важных данных не только компаний, но и обычных пользователей.

Список использованных источников:

1. ФСТЭК РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://fstec.ru/>
2. Защита информации специальными программами [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://searchinform.ru/services/outsource-ib/zaschita-informatsii/spetsialnymi-programmami/>
3. Развитие права в сфере информационной безопасности [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/durnicyn/1420282/>
4. Баранова, Е.К. Информационная безопасность и защита информации: Учебное пособие / Е.К. Баранова, А.В. Бабаш. - М.: Риор, 2018. - 400 с.

Маковейчук К.А., к.э.н., доц.,
Курлов Д.А.,
*ГПА (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте*

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Предприятия всегда должны были продолжать развитие и сохранять конкурентоспособность для того, чтобы они не потеряли своё место на рынке. С развитием информационных технологий изменяется стратегия бизнеса. Внедрение цифровых технологий осуществляется во всех сферах деятельности

предприятия, начиная с роботизации производства массово потребляемых продуктов до создания продуктов индивидуально для всех потребителей, а также оказывает сильное воздействие на экономику, изменяя ее структуру [1 с.58].

Цифровизация предприятий промышленного производства – создание единого комплекса, в который интегрируется вся инфраструктура компании: производственное оборудование, система безопасности и организация рабочего процесса, организация документооборота и кадрового учета. Переход к цифровизации возможен благодаря внедрению программно-аппаратных комплексов.

Цифровизация значительно ускоряет поиск, обработку данных и принятие решений по полученным данным, а также цифровая обработка позволяет реализовать товар самостоятельно, не используя посредников, снижает временные расходы на производство или производство товаров и их сбыт, повышая эффективность работы и оптимизируя расходы на ресурсы.

Цифровые подходы позволяют управлять всем жизненным циклом продукции: от идеи создания до использования и утилизации. И это относится не только к отдельным предметам быта, а также к крупным системам.

Во время процесса цифровизации производства, как правило, устанавливаются приборы контроля и визуализации данных и их обработки, осуществляется компьютеризация рабочих мест персонала, объединение всех рабочих мест и оборудования в единую информационную сеть и внедрение инструментов для аналитики и автоматической интерпретации полученной информации. Все эти направления цифровизации предприятия в итоге должны привести к ускорению вывода новой продукции на рынок, повышению безопасности и надежности производства, увеличению гибкости производства, повышению качества изготавливаемых товаров и общему увеличению эффективности производства [3].

Рассмотрим несколько предприятий, которые уже внедрили и только начинают внедрять информационные технологии. Магнитогорское металлургическое предприятие подключило систему контроля промышленных агрегатов, которая собирает статистику работы оборудования и персонала и позволяет руководству предприятия выявить узкие участки производственных циклов. Система цифровой обработки выявила резерв машинного времени в 3300 станкочасов в месяц, – так много времени оборудование простояло без работы. Благодаря внедрению цифровой системы выросла загрузка станков на заводе на 31%.

Компания «Стройсервис» использовала технологии цифровой обработки горной промышленности на рудниках. Технологии обрабатывают пространственные данные, моделируют трехмерные геологические структуры, оценивают запасы, помогают изучить перспективы развития строительства и потенциала карьеров. В итоге компании легче принять обоснованные решения по управлению, снизить затраты на работу, повысить гибкость и конкурентоспособность организаций [4].

Еще одним из таких можно назвать ПАО "Крымский содовый завод". Завод удовлетворяет 90% своей потребности в электричестве за счет того, что сам вырабатывает электричество. Контроль технологического процесса и регулирование параметров на предприятии осуществляется с применением современных производственных контроллеров. Система регулирует параметры на всех этапах производства. Все данные по текущему процессу и его неисправностям отображаются на экране дисплеев [2].

Омский завод нефтеперерабатывающий строит три новых комплекса нефтепереработки, оснащенных современными автоматизированными системами контроля технологических процессов (АСУТП), которые построены с применением современных решений в сфере промышленной автоматизации и цифровых технологий, обеспечивающих повышение эффективности, улучшение промышленной безопасности и повышение качества продуктов. При использовании цифровых систем обеспечивается максимальная возможная автоматизация технологических процессов, безопасность сотрудников, объекта и окружающей среды, оперативное получение информации и автоматический вывод на экран, а также централизованное управление комплексами из объединенной операторной.

К сожалению, некоторые промышленные комплексы не внедряют новые технологии по тем или иным причинам. Хотя они и могут производить продукцию массово, такие предприятия отстают от производителей других регионов и стран из-за отсталости систем управления технологическими процессами.

Таким образом, цифровая трансформация в России имеет большой потенциал и привлекательность. Она предполагает изменение бизнес-процессов предприятия в связи с воздействием цифровых технологий. Цифровизация в промышленности обеспечивает предприятиям высокую гибкость в формировании бизнес-моделей и широкий охват потенциальной клиентской базы. В основе внедрения новых технологий лежит стремление к комплексному повышению эффективности и созданию условий для успешной работы предприятия.

Список использованных источников:

1. Пономарева, А.И. Возможности роста промышленных предприятий в цифровой экономической реальности / А. И. Пономарева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2019. — № 9. — С. 58-64. — ISSN 1993-0453. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/312952> (дата обращения: 10.11.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Технология производства / Сайт «crimsoda» оф. сайт предприятия по производству соды кальцинированной технической [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.sodaplant.ru/about/technology/> (дата обращения: 10.11.2021).

3. Цифровизация промышленности / Сайт «Центр 2М» российский информационный оператор, разработчик платформенных решений в области M2M и промышленного Интернета вещей [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://center2m.ru/tsifrovizatsiya-promishlenosti> (дата обращения: 10.11.2021).

4. Цифровизация промышленности: как экономить за счет информационных технологий / Сайт «doczilla» [Электронный ресурс] / <https://doczilla.pro/ru/blog/cifrovizaciya-promyshlennosti-kak-ehkonomit-za-schet-informacionnyh-tekhnologij/> (дата обращения: 11.11.2021).

Масленникова Ю.А.,
ГО ВПО «ДонНУЭТ», Донецк
Маковейчук Я.Т.,
ГПА (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДИКАТОРОВ ОЦЕНКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, ПРИНЯТЫХ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Быстрое внедрение цифровых технологий помогает использовать новые революционные бизнес-модели и процессы, однако это сопряжено с риском, поскольку кибератаки и взломы являются одними из самых опасных факторов. Методологии информационной безопасности разработаны и реализованы для защиты любой формы конфиденциальной, частной и конфиденциальной информации или данных от несанкционированного доступа, использования, неправомерного использования, модификации или нарушения. Для того, чтобы оценить эффективность информационной безопасности используются различные индикаторы, которые помогают унифицировать методы защиты от киберугроз в одной стране, регионе, интеграционном союзе. Исследованием данного вопроса занимались такие учёные, как Ромашкина Н.П., Баранов Н.А., Макаренко С.И., С. Фурнелл, Энтони Т.С. Хо, Дж.Стилл, однако развитие прогресса требует постоянного изучения и развития данной темы.

ETSI (Европейский институт телекоммуникационных стандартов) разработал собственную систему индикаторов ISI, состоящую из восьми взаимосвязанных элементов: создание аналитических моделей, язык кибербезопасности, общий защищённый сервер, а также систематизацию и реализацию данных мер. Помимо этого, в ETSI разработали также ключевые показатели безопасности производительности (KPSI), которые могут измерять уровень развития (завершённости) процессов информационной безопасности, то есть процессов, непосредственно связанных с обнаружением угроз. Первая цель KPSI (Key Performance Security Indicators) – оценить общий уровень зрелости организации в области обнаружения событий (угроз) безопасности и

реакции на них. Реализация данной цели – посчитать среднее значение всех индикаторов KPSI, чтобы получить уникальный уровень информационной безопасности организации, который можно сравнить с лучшими показателями в отрасли. Вторая цель KPSI – дать возможность организации оценить фактические уровни обнаружения событий безопасности, как указано в индикаторах информационной безопасности ETSI GS ISI 001-1, и проанализировать результаты измерений. [1]

В отчёте ОЭСР по измерению рисков информационной безопасности указано: «Ежегодно публикуются новые отчеты, основанные на опросах, с показателями, охватывающими конкретные аспекты цифровой безопасности. Хотя такие статистические данные могут быть полезны для специфических целей, они часто недостаточно надежны для использования с высокой степенью уверенности для разработки государственной политики». В ОЭСР разработана собственная система индикаторов, которая во многом основывалась на принципах организации, содержащихся в Рекомендации ОЭСР по управлению рисками цифровой безопасности для экономического и социального процветания. Данная система измерения состоит из Модулей: А – Демография; В – Управление рисками цифровой безопасности; С – Практика оценки рисков цифровой безопасности; D – Практика снижения рисков цифровой безопасности; Е – Практика передачи рисков цифровой безопасности; F – Информация об управлении рисками в цифровом обеспечении безопасности и обучение. В каждый из Модулей входит два-пять индикаторов. [2]

Следует также упомянуть об индексе, разработанном ECSO (Европейская организация кибербезопасности) и ITU (Международный союз электросвязи) – специализированное учреждение ООН. Глобальный индекс кибербезопасности (GCI) - это эталон, который измеряет эффективность кибербезопасности в странах на глобальном уровне, при этом повышая осведомленность о важности и различных аспектах проблемы. Поскольку информационная безопасность имеет широкую область применения, охватывающую многие отрасли и различные секторы, уровень развития или вовлеченности каждой страны оценивается по пяти элементам: 1) правовые меры, 2) технические меры, 3) организационные меры, 4) развитие потенциала, 5) сотрудничество, а затем суммируются в общий балл. Основываясь на подходе и инициативе с участием многих заинтересованных сторон, GCI использует потенциал и опыт различных организаций (UNDESA, UNODC, ECOWAS, FIRST, GCA, ISSA, INTERPOL, KISA, ITU RCC) с целью повышения качества опроса, содействия международному сотрудничеству и содействия обмену знаниями по этой теме. Глобальная программа кибербезопасности (GCA) ITU обеспечивает общую основу и основу для инициативы. [3]

Несмотря на распространённость использования индикаторов информационной безопасности среди международных организаций, отдельные государства зачастую действуют в соответствии с законодательством, не прибегая к индикаторам. Например, Стандарт Банка России по обеспечению информационной безопасности организаций банковской системы Российской

Федерации (СТО БР ИББС) — комплекс документов Банка России, описывающий единый подход к построению системы обеспечения ИБ организаций банковской сферы с учётом требований российского законодательства. Федеральным Законом от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» установлен рекомендательный статус стандартов и иных документов по стандартизации. [4]

Национальный индекс кибербезопасности (NCSI) был разработан также в Эстонии, он измеряет готовность стран предотвращать киберугрозы и управлять киберинцидентами. NCSI также является базой данных с общедоступными доказательными материалами и инструментом для наращивания национального потенциала кибербезопасности. Индекс был разработан в пять этапов: 1) выявление киберугроз на национальном уровне; 2) определение мер и возможностей кибербезопасности; 3) выбор важных и измеримых аспектов; 4) разработка индикаторов информационной безопасности; 5) группировка индикаторов информационной безопасности. Индекс формируется из 46 индикаторов. В 2021 году первое место в рейтинге занимает Греция со значением 96,1%, второе и третье – Чехия и Эстония соответственно. Российская Федерация занимает 33 место с показателем 64,54%. [5]

Специализированное агентство США CISA (Агентство по кибербезопасности и безопасности инфраструктуры) разработало Автоматизированный обмен индикаторами (AIS), который позволяет в реальном времени обмениваться машиночитаемыми индикаторами киберугроз и защитными мерами, чтобы в конечном итоге снизить распространенность кибератак. Сообщество AIS включает предприятия частного сектора; федеральные департаменты и агентства; правительства штатов, коммуны; международные организации. AIS предлагается участникам бесплатно в рамках миссии CISA по работе с партнерами из государственного и частного секторов для выявления и смягчения киберугроз посредством обмена информацией и оказания технической помощи по запросу. AIS использует открытые стандарты: структурированное выражение информации об угрозах (STIX) для индикаторов киберугроз и информации о мерах защиты и надежный автоматизированный обмен индикаторной информацией (TAXII) для связи между машинами. [6]

Исходя из вышеизложенного следует сделать вывод, что развитие оценки обеспечения информационной безопасности с точки зрения НТП началось относительно недавно, поэтому многие участники цифровизации ещё не адаптировались под условия цифровой среды. Это требует от стран и особенно интегрированных в союзы более комплексно подходить к данному вопросу и разработать системы оценки информационной безопасности, основанных на индикаторах, применимых в международной сопоставимости.

Список использованных источников:

1. Search & Browse Standards [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.etsi.org/standards-search#Pre-defined%20Collections>

2. Measuring digital security risk management practices in businesses [Електронен ресурс] – Режим достъп: <https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/measuring-digital-security-risk-management-practices-in-businesses>
3. Global Cybersecurity Index [Електронен ресурс] – Режим достъп: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Cybersecurity/Pages/global-cybersecurity-index.aspx>
4. Изменения СТО БР ИББС-1.0-2014 и оценка защиты персональных данных [Електронен ресурс] – Режим достъп: <https://ib-bank.ru/bisjournal/post/331>
5. NCSI [Електронен ресурс] – Режим достъп: <https://ncsi.ega.ee/methodology/>
6. Automated indicator sharing [Електронен ресурс] – Режим достъп: <https://www.cisa.gov/ais>

Петрова Даниела Маринова , гл.ас.д-р.
Технически университет- Варна
Катедра “Социални и правни науки“

ЗАКРИЛА ПРАВОТО НА ТРУД ПРИ ОТКЪСВАНЕ ОТ РАБОТНАТА СРЕДА И ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЦИФРОВИ ИНСТРУМЕНТИ

1. Свободата на труда, гъвкави форми на заетост

Дигиталните трансформации променят съществуващите до момента форми на заетост. Работата през платформи представлява един огромен, свободен пазар на труда, нуждаещ се от реструктуриране, който предоставя нови възможности за реализация и финансова обезпеченост. Почти всички сектори са принудени в някаква степен да въведат и използват нови технологии, като основната цел е да бъдат конкурентноспособни на пазара. От своя страна тези нововъведения са свързани с човешкия ресурс, който ги разработва, управлява и работи с тях. В такава среда значително се променят и изискванията към работниците и служителите, свързани с необходимостта от притежаването на основни цифрови знания и умения и добре развити способности за усвояване на нови знания. Навлизането на иновативни дигитални технологии налагат промени на съвременния трудов процес в самите организации и поставят въпроса за сигурността и гъвкавостта на работните места, както и възможността за по-бързото намиране на такива. Все още международната общност не е постигнала единомислие относно начина на регулиране на изкуствения интелект и поставянето на ясни правила за неговото ползване и развитие.[1] Гъвкавостта предполага извършването на плавен преход на работниците към бързо изменящите се работни условия. Гъвкавостта и сигурността вървят ръка за ръка. Официално документирана гъвкавата сигурност е посочена в Бялата книга за растеж, конкурентноспособност и заетост (1993 г.) - Този документ поставя начало на обсъждането на европейска икономическа стратегия и стратегия по заетостта, като за пръв път извежда въпроса за увеличаване на заетостта, чрез различни дейности и програми, включващи гъвкавост и социална сигурност. Нарастващата глобална конкуренция, динамичните трудови пазари, новите информационни

технологии, внедряването на ИИ и други фактори, довеждат до необходимост от промени в потребностите на работещите лица и организациите. Заместването на традиционната работна сила с изкуствения интелект се нуждае от нашето доверие, че новите технологии ще бъдат в помощ на хората за подобряване на техния живот при зачитане на правата им. **Основни видове гъвкава заетост:**

- + **Непълно работно време:** този вид заетост е когато работникът е нает на пълен работен ден и всяко намаляване на работните му часове се приема за непълно работно време.
- + **Term-time working:** заетият остава на постоянна работа, но може да ползва платен/неплатен отпуск по време на училищните ваканции - Jobsharing: вид гъвкава форма на заетост, когато двама (или понякога повече) души споделят обща отговорност по даден вид работа.
- + **Плаващо работно време:** то дава възможност на служителите да избират в определени от работодателя граници, колко продължителен да бъде работният им ден.
- + **Компресирана работна седмица:** Същността на този вид заетост е преразпределението на работното време в по-малко, но по-дълги блокове през седмицата.
- + **Работата от дома на регулярна основа:** лица на пълно работно време извършват дейността по трудовото си правоотношение от дома си.
- + **Работа от разстояние:** При този вид заетост, служителите могат да работят на разстояние от работното място на организацията, през цялата седмица или през по-голямата част от нея.
- + **Прекъсване на кариерата:** това е така нареченият творчески отпуск, целящ продължителни периоди на отпуск – обикновено неплатен в рамките от една до пет години. [1,2]

2. Социалния диалог при новите дигитални условия

Пандемичната обстановка, породена от COVID-19, в която се намира целият свят доведе до ускореното прилагането на тези динамични промени в трудовия процес. Положителната промяна е свързана с използването на дигиталните способности на работници и служители, въвеждането на нетипичните форми на труд в много сфери на обществения живот, което води и до нови договорни отношения. Тези форми на заетост предполагат по-голяма свобода на пазара на труда, улесняват достъпа за много хора, които обикновено са откъснати от него и по този начин допринасят за социалното им приобщаване. Тази гъвкавост в определена степен предлага и по-добри възможности за съчетаване на личния и професионални живот.[3] Негативният ефект е свързан с различния поглед от страна на работодателя и неговото разбиране за ангажираността на работника или служителя в трудовия процес при новите условия. Различните дигиталните модели на заетост променят баланса на отговорностите между работодатели и работници, като сякаш отговорността и спазването на определена дисциплина за осигуряването на безопасни и здравословни условия на труд или продължителността на

работното време, остава на самите работници. Работодателите от своя страна намаляват разходите си за работна заплата, поддръжка на офис или друго помещение, обучение на персонала и други мерки, които трябва да обезпечат социалната защита на работещите или служителите. В ерата на информационната революция трудовото законодателство търпи промени, но водещ остава стремежа за усъвършенстване на условията, свързани с трудовия процес и запазване на свободата на отделната личност. Преди всичко се утвърждава значимостта на основният принцип на социалния диалог в трудовото право, който е уреден в чл. 2 от Кодекса на труда и съответства на изискванията на съвременното общество.[4] Според този принцип водещи остават сътрудничеството, взаимните отстъпки и съгласуване на методите за зачитане на интересите на всяка една от страните – работниците или служителите, работодателите и техните организации. Една от формите на свободата в трудовото право е свободата на договаряне. Този процес едва ли може да се регулира изцяло от закона, по скоро се разчита на отговорността на ръководителите на компаниите. Текста в член 107 б./з, и, к, л от Кодекса на труда, относно допълнителните условия за извършване на работа от разстояние, следва да бъде преразгледан във връзка с условията определени в него, от които следва работникът, който извършва работата от разстояние, сам да организира работното си време и времето за почивка, като те трябва да съответстват на продължителността определена за работниците и служителите, които работят в помещенията на работодателя. Корпоративната социална отговорност предвидена в международните актове и предложения трябва да бъде гаранция за зачитане правата на човека навсякъде по света, както и правото на работниците или служителите на свобода на сдружаване. Днес по-силно от всякога в дневният ред на обществото се поставя въпросът- дали целия свят, включително и България ще успее да справи, с всички предизвикателства и възможности на глобалното развитие и свързаност. Отговорното разработване и използване на ИИ със сигурност ще бъде движеща сила за постигане на целите за устойчиво развитие до 2030 г., както и ще доведе до цялостна дигитална трансформация на обществото.

Список использованных источников:

1. Андрияна Андреева, Галина Йолова, За свободата и дисциплината в трудовото право-съвременни аспекти(2020),с72 https://mpr.aub.uni-muenchen.de/108871/1/MPRA%20_paper%20108871.pdf
2. БЪДЕЩЕТО НА ТРУДА ТРУД И СОЦИАЛНА СПРАВЕДЛИВОСТ АНАЛИЗИ Д-р Александър Димитров Д-р Евгени Евгениев Иван Кръстев Д-р Десислава Колева-Стефанова Юни (2019) <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15810.pdf>, с.25,26 (Accessed on 02.11.2021, 13.30 ч.)
3. www.ophrd.krib.bg/bg/wp-content/uploads/Guide_Flex_Time_NOV_2013.pdf, „Системи за гъвкаво работно време.“
4. Директива (ЕС)2019/1158 на ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 20 юни 2019 година относно равновесието между професионалния

и личния живот на родителите и лицата, полагащи грижи, и за отмяна на Директива 2010/18/ЕС на Съвета, ОВ L 188/79 от 12.07.2019г.

5. Кодекс на труда, ДВ бр26/1986 и изм.

6. Андрияна Андреева, Галина Йолова, За свободата и дисциплината в трудовото право-съвременни аспекти(2020), с72 https://mpr.aub.uni-muenchen.de/108871/1/MPRA%20_paper%20108871.pdf

Петрова Даниела Маринова, гл.ас.д-р.
Технически университет- Варна
Катедра “Социални и правни науки“

ЗАКРИЛА ПРАВОТО НА ТРУД ПРИ ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА РАБОТНАТА СИЛА

Векът, в който живеем е век на дигитални предизвикателства – изкуствен интелект, роботи, 3D принтери, рециклиращи технологии, възобновяеми енергии, облачни пространства за съхранение на данни, дигитални валути, дроне и др., които налагат нови изисквания към работната сила на трудовия пазар. Високото образование и добрата квалификация са задължителни за обслужване на нуждите на дигиталната икономика, която все повече се нуждае от специализирани кадри за новите информационни направления. Липсата на компютърни умения преди време не е представлявало пречка човек да е конкурентноспособен на пазара на труда. Днес обаче тези умения са задължително минимално изискване, което всеки трябва да притежава. Ролята на образованието остава водеща и се стреми да удовлетвори все по-засилващата се нужда на бизнеса от квалифицирани работници и служители, притежаващи специфични умения - финансова и чуждо езикова компетентност, предприемачество, работа в екип, критично и креативно мислене, дигитални способности.

Изследователи от Universität St. Gallen Сейнт, Швейцария отразен от авторът Елка Сярова, са систематизирали някои промени в **характеристиките на работната сила, свързани с ускорената дигитализация:**

1. Повишаване на образователното и квалификационно равнище на работната сила в световен мащаб.

2. Отмиране на принципа за йерархия – осъществяване на комуникация чрез специализирани общности, където водеща е професионалната експертиза, а не принадлежността към дадена организация.

3. Възлагане на работа, вместо назначаване – достъп до висококвалифицирана работна сила, което не е непременно свързано с изграждане на трайни трудови взаимоотношения.

4. Изместване на работа от заетия към клиента – новите ИКТ правят възможно извършването тези задачи.

5. Промяна на ролята на човека в производството – от предоставящ своя труд той се превръща в контролиращ работата на машините.

6. Коопериране с работата на машините – съвместната работа на хора и машини.

7. Работа с „големи данни“ – умението за работа с големите данни се счита за ключово и незаменимо в дигиталния работен свят - разчита се на готови разработени алгоритми, а не на хипотези.

8. Отпадане на границите пред работната сила – мобилността на работната сила става съпоставима с тази на капитала.

9. Нови възможности за по-добро съчетаване на работа и свободно време (време за семейството) – развитието на интернет и новите ИКТ правят възможна работата от разстояние

10. Подкрепа на дейностите, които изискват човешки труд.

11. Развиване на умението на работника да менажира сам себе си - организация на работно време и максимално качествено изпълнена работна задача.

12. Повишаване на креативността и способността за придобиване на нови знания на работещите.

13. Дигитално приобщаване – работата от разстояние с облачни услуги и гъвкаво работно време.

14. Повишаване на изискванията на работодателите вследствие на прекалената гъвкавост на търсещите работа – лесният достъп до пазара на труда и лесната смята на работното място затрудняват систематичното развитие на персонала.

[1] Работната среда изисква във все по-голяма степен цифрова трансформация на работната сила. Това води до все по-голяма конкуренция сред работещите с цифрови инструменти. Адаптирането към новата дигитална реалност предполага и промяна в разбирането за трудовата дисциплина, чиято основна характеристика си остава точното и коректно изпълнение на трудовите задължения. Електронната среда предоставя възможности и механизми за контрол на работния процес независимо дали е стандартния вариант на работа (офис, магазин и т.н.) или се установява работа от разстояние (форма на труд, изнесена извън помещението на работодателя). Независимо от вариантите на работа, работодателят използва различни способности за контрол по спазване на трудовата дисциплина, свързани с дигитални средства и изкуствен интелект. Точно този надзор, не без основание изисква урегулиране и сигурност за защита правата на личността, съобразени с принципите на законосъобразност, прозрачност и справедливост, защита и обработка на личните данни, информирано съгласие. Трябва да се преосмисли традиционната представа за работната среда и спазването на трудовата дисциплина в новата дигитална реалност, с оглед запазването на поверителна информация, защита на личната данни, спазване и управление на работното време. Заедно с това в отношенията засягащи правата на работодателя и тези на работника и служител, най-вече на ниво колективно договаряне, следва да се намерят съответните правни механизми отнасящи се до трудовата дисциплина с оглед непропорционалното и незаконно събиране на лични данни, справедливото третиране, конфиденциалност и неприкосновеност на личния живот. Напредъкът по отношение на новите технологични възможности, като например внедряването

на изкуствения интелект имат решаваща роля за оформянето на новото дигитално работно място, както и преценка за ефективността на работа. Тази самостоятелност изисква достъпът до фирмените данни да е лесно достъпен и да съществува по-голяма възможност за работа в екип. Контрола върху дейността на работниците в новите работни пространства, не трябва да води до нехуманизирано използване на цифровите инструменти и до намеса в личния живот на служителите. Все още липсва общостен механизъм за съгласуване на правните принципи, засягащи внедряването на ИИ и ефекта върху обичайната работна сила.

Създаването на обща нормативна рамка на ниво ЕС[2], която да се транспонира в националните законодателства е необходимост породена от внедряването на изкуствения интелект и съвместното му използване с традиционната работна сила. Тя трябва да се основава на основни етични принципи утвърдени в трудовото право - закрилата на работещите, свобода на труда, равенство, премахване на дискриминацията по отношение на народност, произход, пол, възраст, семейно положение, равнопоставеност на субектите участващи в трудово-правните отношения, добросъвестност и защита на достойнството на работниците и служителите при изпълнение на задълженията им. Необходимо е ясно да се отбележи гарантираното „право на изключване“ на работещите и забраната същите да бъдат смущавани със служебни въпроси по време на техните почивки и отпуски.[3] Престирането на работната сила заедно с трайно установени норми засягащи работно време, време за почивка, мониторинг на работния процес, имат за цел адаптиране към предизвикателствата на дигиталната среда, като едновременно с това са насочени към запазването на основните права и свободи на личността.

Список использованных источников:

1. Сярова,Е. ТРУДЪТ В ДИГИТАЛНАТА ИКОНОМИКА – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО ИЛИ НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ (2020) , с.249,250 [http://unwe-research-papers.org/uploads/Research Papers/ RP_vol3 _2020_No13_ E%20Syarova_R.pdf](http://unwe-research-papers.org/uploads/Research%20Papers/RP_vol3_2020_No13_E%20Syarova_R.pdf)(Accessed on 12.11.2021,15:00)
2. Директива (ЕС)2019/1158 на ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 20 юни 2019 година относно равновесието между професионалния и личния живот на родителите и лицата, полагащи грижи, и за отмяна на Директива 2010/18/ЕС на Съвета,ОВ L 188/79 от 12.07.2019г.
3. Становище на Икономическия социален съвет на тема: Ефекти от прилагането на работа от разстояние в България(2021),с.13 <https://esc.bg/wp-content/uploads/2021/06/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%B5.%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D0%BE%D1%82-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B5.pdf> Accessed on 10.11.2021,11:45)

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР ЦИФРОВИЗАЦИИ В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе турбулентности глобальной экономики происходит ускоренное развитие научно-технического прогресса, а вслед за ним создаются и распространяются в обществе новые информационные технологии, что приводит к диджитализации общества. Многие развитые страны сейчас находятся на стадии разработки сценариев экономического роста посредством использования цифровой экономики. К примеру, одна из стратегических целей постсоветского пространства – это развитие цифровой экономики, которая, используя достижения цифровизации общества, повлечет за собой рост экономической эффективности деятельности участников хозяйственной деятельности [3].

Фундамент цифровизации экономической деятельности создавался на протяжении последних десятилетий, повсеместно распространяя и применяя информационные технологии, что привело к формированию разнообразных технологических моделей общества нового типа. Многие отрасли экономики претерпели кардинальные изменения после появления цифровых бизнес-платформ, так как для некоторых отраслей диджитализация стала необходимой для выживания мерой. Яркие примеры цифровой трансформации – это организации путешествий, банковского обслуживания, пассажирских перевозок, и др [1].

Но в современных условиях, когда COVID-19 оказал влияние на все сферы жизни, цифровизация экономики стала необходимостью практически для каждого субъекта хозяйственной деятельности. В связи с ограничениями на посещение общественных мест, включая офисные здания, магазины, предприятия, субъектам хозяйствования пришлось в срочном порядке перевести свою деятельность в Интернет. Информационные технологии помогли создать систему с едиными свойствами для субъектов хозяйствования. Например, цифровая платформа «Zoom», которая связывает миллионы онлайн-слушателей во всех странах.

Переход субъектов хозяйствования к цифровизации обеспечивает ряд факторов: интенсификация коммуникаций, обработка информационных ресурсов в режиме онлайн, применение автоматизации к взаимодействию с внешней средой. На наш взгляд особого внимания заслуживает фактор интенсификации коммуникаций поскольку именно он претерпевает максимальные изменения.

Интенсификация состоит из увеличения интенсивности как личных, так и деловых коммуникаций. Благодаря информационным технологиям количество коммуникаций растет, они происходят быстрее и чаще, чем коммуникации,

подразумевающие очные встречи. В условиях цифровизации и кризиса на фоне пандемии эффективное взаимодействие с внешней средой обеспечивает именно данный фактор цифровизации. Интенсификацию можно обнаружить практически в каждом виде коммуникации – от производственного до научного.

Фактор интенсификации выражается в следующих аспектах:

1. Помогает сокращать время на осуществление взаимодействия субъектов, сокращая его до скорости отправки сообщений по электронной почте или через мессенджеры.

2. Расходы на осуществление одного очного взаимодействия сокращаются до стоимости отправки одного электронного сообщения.

3. Увеличивает состав участников взаимодействия как внутри субъектов хозяйствования, так и с внешней средой.

На каждом этапе применения цифровизации в экономике создаются новые возможности, позволяющие сокращать время для подготовки и осуществления взаимодействия с внешней средой, а также увеличивать аудиторию с помощью развития и распространения информационных технологий. Благодаря цифровизации можно многократно увеличить количество взаимодействий с поставщиками, партнерами, потребителями в режиме настоящего времени. Сыбачин С. А. и Гончаренко Л. П. указывают на важность значения времени, которое занимает обмен сообщениями между субъектом и его клиентом [2].

Например, в Coursera, цифровой платформе онлайн-обучения, один университет способен одновременно иметь дело с несколькими миллионами слушателей, а один профессор может одновременно обучать сотни тысяч студентов по всему миру [5].

В таблице 1 рассмотрены три этапа развития и использования интенсификации в хозяйственной деятельности.

Таблица 2. Этапы интенсификации хозяйственной деятельности

Этапы интенсификации в экономике	Взаимодействие предприятия с внешней средой	Использование Веб-пространства	Способы и каналы взаимодействия субъектов хозяйствования с клиентами
Автоматизация	Осуществляется через очные встречи	Используется чтобы привлечь потребителей в офис предприятия.	На данном этапе способы и каналы взаимодействия не подвержены изменениям.
Информатизация	Взаимодействие через сервисы веб и веб 2.0.	Веб превращается в самостоятельную деловую среду, где создают и потребляют экономические блага.	Информационные технологии создают самостоятельную и полную среду для взаимодействия субъектов.
Цифровизация	Взаимодействие обеспечивают цифровые платформы.	Потребители интернет-услуг становятся и производителем, и поставщиком, через технологии Веб 2.0.	Коммуникация между клиентом и субъектом хозяйствования непрерывна, а вектор деловых коммуникаций прекращает быть односторонним [4].

Таким образом, для полного исследования цифровизации хозяйственной деятельности необходимо брать во внимание не только развитие технологий, но и развитие и трансформацию деловых коммуникаций. На данном этапе коммерческие предприятия активно используют социальные медиа, так как именно в них сейчас расположен цифровой потребитель. К примеру, ежедневная аудитория в Facebook в 10 раз больше посещает не официальные веб-сайты компаний, а их страницу в данной социальной сети [6]. В эпоху COVID-19, когда личные встречи порой не представляются возможными, коммуникация в онлайн-сегменте становится очень важным аспектом работы каждого предприятия. Развитие социальных сетей и цифровых платформ делает способы коммуникации невероятно разнообразными. Поэтому интенсификация коммуникаций чрезвычайно важна и требует дальнейшего изучения.

Список использованных источников:

1. Днепро́вская, Н. В. Исследование перехода предприятия к цифровой экономике / Н. В. Днепро́вская // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 4 (106). – С. 57.
2. Гончаренко, Л. П. Цифровизация национальной экономики / Л. П. Гончаренко, С. А. Сыбачин // Вестник университета. – 2019. – № 8. – С. 32.
3. Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017–2030 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919>
4. Шевцова, И. В. Днепро́вская Н. В. Привлечение граждан в деловые коммуникации в экономике и государственном управлении // Государственное управление в XXI веке: материалы 13-й Международной конференции. Май 2015. Секция 7. Антикризисное управление: механизмы государства, технологии бизнеса. – М. : КДУ : Университетская книга, 2016. – С. 53.
5. Parry, M. Online, Bigger Classes May Be Better Classes / M. Parry // The Chronicle of Higher Education. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chronicle.com/article/Open-Teaching-When-the/124170>
6. Clayton, N. Business Joins the Party – Social Media: Online / N. Clayton // Wall Street Journal, 4 May 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703712504576244622146113118>

Шацкая Э.Ш., к.э.н., доцент

Мамутова Э. И.

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет им. Февзи Якубова», г. Симферополь

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ НА БИЗНЕС

Аннотация: С тех пор как в общественной жизни появился Интернет, абсолютно у каждого, кто желает открыть свое дело, появилась такая возможность. Раньше многие действия, такие как реклама, общение с покупателями, обучение, продажа товаров и продуктов, проводились лично, сегодня это общедоступно онлайн и не вызывает затруднений. Таким образом,

актуально проанализировать, как интернет-технологии влияют на бизнес и в чем их преимущества или недостатка.

Ключевые слова: бизнес, информационные технологии, Интернет.

С каждым годом Интернет всё глубже проникает в деятельность компаний, меняя стиль ведения бизнеса, его облик, предоставляя новые возможности и уникальные технологии для его развития. Глобальная сеть оказывает большое влияние на экономику, помогая предприятиям снижать затраты, придумывать новые идеи, повышать свою конкурентоспособность и выходить на новые рынки, находя дополнительные источники дохода и увеличивая свою прибыль. Информационные технологии являются важным элементом в управлении бизнесом, независимо от того, в каких секторах и сферах предполагается их использование. Если хозяйствующий субъект активно использует компьютеры (сервера) для хранения, передачи или поиска информации, управлять своим бизнесом он может с большей точностью и эффективностью, осваивая разнообразные информационные технологии и программы. Предприниматели, ориентированные не только на клиента, но и на использование современных и быстрых возможностей передачи и распространения информации, считают, что пришло время наращивать конкурентные преимущества.

На ранних стадиях развития информационных технологий предприниматели использовали Интернет для коммуникации через электронную почту. В современном мире невозможно представить какую-либо эффективно работающую компанию без своего сайта, на котором будет представлен весь товар со стоимостью и номенклатурой. Интернет в разы ускорил коммуникацию с клиентами и партнерами, значительно усилил традиционные инструменты маркетинга. Бизнесмены вовлекаются в Интернет быстрее, чем какая-либо другая группа пользователей. Все они считают, что Интернет может послужить им в проведении маркетинговых исследований, общении с поставщиками и клиентами, обмене коммерческой информацией и создании совместных предприятий.

Ежедневно появляются новые Интернет-технологии, которые помогают развиваться бизнесу в сети, но как бы доступно и просто не было, каждый не сможет выйти на глобальный рынок, ведь бывают большие неудачи. От неправильного выбора ведения бизнеса можно потерять большие вложения и получить минимальную или отрицательную прибыль. Важно правильно подмечать и реагировать на новые технологии, ведь какие-то из них могут усилить состояние дел в бизнесе к лучшему и увеличить тем самым прибыль. Например, можно по-новому представить товар, то есть не в виде краткой информации о нем печатным текстом, а визуальным сопровождением или же рекламным роликом с запоминающимся лозунгом. Многие потребители, увидев мультимедийное сопровождение, купят этот товар, услышав о его хороших свойствах и характеристике, потому что «красивая картинка» на рынке сейчас актуальна и оказывает сильное воздействие на эмоциональном уровне. Так

ежегодно компании вкладывают все меньше средств в продвижение через радио, телевидение, прессу, они предпочитают поиск новых клиентов и партнеров именно в Интернете и вкладывают деньги в рекламу, которая будет контекстно демонстрироваться в социальных сетях, на известных сайтах, форумах. То есть использование интернет-технологий любого рода дает возможность существенно быстрее найти потребителя при этом сэкономив, и рационально распорядившись своими ресурсами.

При грамотном использовании интернет-технологий в бизнесе, можно получить множество преимуществ:

- доступ к максимально широкой аудитории потребителей продукта или услуги;
- создание лояльной базы клиентов и своевременное получение обратной связи;
- повышение доверия к продукту и компании, проработка личного бренда и его узнаваемости;
- оптимизация рекламного бюджета компании;
- возможность четко выделять свою узкую целевую аудиторию, детально ее сегментировать, выходить с ней в диалог и создавать доверие к бренду.

Таким образом, влияние новых Интернет-технологий на ведение бизнеса трудно недооценить, оно обеспечивает доступность и простоту. У потребителей больше нет необходимости проводить много времени в очереди, чтобы оплатить покупку, достаточно иметь кредитную карту, подключение к Интернету и оплата осуществится за несколько секунд. Поэтому с каждым годом растет количество людей, которые пользуются услугами интернет-магазинов и используют для этого электронные деньги, ведь это очень удобно и дает возможность совершить оплату в любое время суток, так как работа у них длится 24 часа каждый день. Реклама в сети тоже влияет на бизнес, ведь с помощью нее продвигается продукция и растет объем продаж. Если раньше использование Интернет-технологий было престижем, то сегодня они являются условием эффективного развития компании, помогают открывать новые каналы сбыта, увеличивать конкурентоспособность, снижать издержки и повышать прибыльность.

Список использованных источников:

1. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: Учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент/ С.М. Москалев; СПб:СПбГАУ.2018.-99 с.
2. Интернет-технологии в современном бизнесе: преимущества и рекомендации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kirulanov.com/internet-texnologii-v-sovremennom-biznese-preimushhestva-i-rekomendacii/> (дата обращения 03.11.21)
3. Эффективное применение Интернет-ресурсов для продвижения бизнеса, интернет и его возможности для ведения [Электронный ресурс]. Режим

доступа: https://studref.com/379948/psihologiya/effektivnoe_primenenie_internet_resursov_prodvizheniya_biznesa (дата обращения 04.11.2021)

- Интернет технологии в бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sviaz-expo.ru/ru/articles/2016/internet-tehnologii-v-biznese/> (дата обращения 05.11.21)
- Использование интернет-технологий для развития бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.myrmex.ru/articles/internet-for-business/> (дата обращения 06.11.2021)

*Шацкая Э.Ш., к.э.н., доцент
Муединова Э.А.*

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет им. Февзи Якубова», г.Симферополь

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Аннотация: Статья раскрывает проблематику введения информационных технологий в систему бизнеса и вероятной полезности от такого шага, преимущества аналоговых методик для бизнеса. Отсутствие достаточных технологий – одна из предпосылок, почему персонал не в состоянии достичь необходимой продуктивности.

Ключевые слова: бизнес, информационные системы, цифровые технологии, компании, ИТ, COVID-19.

Информационный бизнес – это новая сфера бизнеса (предпринимательской деятельности), которая включает в себя комплекс отраслей со сложившейся инфраструктурой. Такой бизнес, вполне, является самостоятельной сферой предпринимательской деятельности, но, также информационный бизнес входит в инфраструктуру всей системы бизнеса, включающую биржи, банки, аудиторские компании и т.д.

Использование информационных систем в бизнесе позволяет:

- 1) заметно снизить временные и финансовые издержки;
- 2) внедрить новые технологии работы;
- 3) повысить эффективность деятельности сотрудников;
- 4) стандартизировать бизнес-процессы.

Благодаря информационным технологиям и структурам возможно добиться наибольшей персонализации, просчитать существующие и только возникающие нужды покупателей для молниеносного удовлетворения их запросов.

Благодаря сбору и сортировке больших сведений с использованием структур CRM и искусственного разума, фирмы теперь имеют возможность выяснить о потребительском пути своих покупателей и узнать, в какой период и где их можно заинтересовать. Применение компьютерных методик в предпринимательской деятельности, не просто позволит фирме выстоять в подступающей инфляции, а даже позволит ей «выйти в плюс». Помимо

прочего, IT способы позволят проанализировать информированность покупателей и использовать приобретённые сведения для реализации потенциала прироста. Это облегчит миссии работникам и позволит им сосредоточиться напрямую на продажах и взаимодействии с покупателями.

COVID-19 ввёл такие новые нормы безопасности, которые подтолкнули компании к использованию информационных (технологических) нововведений, позволяющих избегать чрезмерных контактов с людьми, товарами и т.д. Это позволило клиентам проводить все операции с покупками через свои смартфоны, тем самым обеспечивая необходимую безопасность и себе, и всем окружающим его людям.

Конечно, в эпоху заморозки денежных потоков компаниям пришлось вложиться в организацию удалённой работы. Отсюда переход с настольных ПК на мобильные устройства премиум-класса, как Microsoft Surface.

Мир неуклонно движется в сторону новейших технологий, а значит и ожидания потребителей также быстро меняются. Развитие мировых событий в связи с пандемией только усиливает тренд, который толкает товары и услуги навстречу появляющимся техническим решениям. Компаниям следует отреагировать на эти перемены и начать внедрять информационные технологии, как для удобства клиентов, так и для повышения производительности собственного персонала.

Пандемия – серьёзный тревожный звонок для всех компаний. В неблагоприятных условиях как никогда необходимо развивать кризисустойчивость и снижать риски. Вкладывайте средства в подходящие технологии, чтобы обеспечить уверенное развитие своего бизнеса.

Список использованных источников:

1. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены - СПб.: Питер. Бизнес-класс, 2020. - 1120 с.
2. Информационные технологии. - URL: [http://information-technology.ru/статьи / разное / информационные-технологии-в-бизнесе.html](http://information-technology.ru/статьи/разное/информационные-технологии-в-бизнесе.html) (дата обращения: 02.11.2021)
3. Одинцов, Б.Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса / Б.Е. Одинцов. М. : Юрайт, 2017. – 208 с.
4. Статистический портал Высшей школы экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stat.hse.ru>
5. Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.economics.edu.ru>