



**ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ  
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

***М.И. Туган-Барановский:  
творческое наследие  
в современном прочтении***

***МАТЕРИАЛЫ***

*2-й научно-практической Интернет-конференции,  
посвященной 100-летию юбилею  
ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»  
и 60-летию юбилею кафедры экономической теории  
ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»*

**30 октября 2019 г.  
г. Донецк**

## СОДЕРЖАНИЕ

Стр.

<b>ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО .....</b>	<b>6</b>
Директор Института экономики и управления к.э.н., доцент   Стельмашенко Е.В. Заведующий кафедрой экономической теории д.э.н., профессор   Фомина М.В.	
Аксёнова М.С. Научный руководитель: Германчук А.Н., к.э.н., доцент	
<b>ТОВАРНЫЙ ПОРТФЕЛЬ КАК ОСНОВА ПРИБЫЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>9</b>
Алексеев С.Б., д.э.н., доцент, Алексеева Н.И., д.э.н., доцент	
<b>СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>11</b>
Арабаджи Ю.В., ассистент, Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор	
<b>ОПЛАТА ТРУДА КАК СТИМУЛИРУЮЩИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ .....</b>	<b>13</b>
Берловская О.С. Научный руководитель: Сардак Е.В., д.э.н., доцент	
<b>МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ .....</b>	<b>15</b>
Брыль Е.А., к.э.н., доцент	
<b>ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ .....</b>	<b>17</b>
Василевская А.Р. Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент, профессор	
<b>РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ЭКОНОМИКЕ .....</b>	<b>19</b>
Горбуненко К.Е. Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент	
<b>МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....</b>	<b>21</b>
Горлачева Л. А. Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент	
<b>СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....</b>	<b>23</b>
Грызлова А.В. Научный руководитель: Кравченко Е.С., к.э.н., доцент	
<b>ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К КАЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАЗЛИЧНЫХ СФЕР БИЗНЕСА .....</b>	<b>26</b>
Гутник П.В., ассистент	
<b>АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ .....</b>	<b>28</b>
Давыденко Э.Н.	
<b>СОЦИАЛИЗМ КАК ЭТИЧЕСКОЕ УЧЕНИЕ В ФИЛОСОФСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ М. И. ТУГАН–БАРАНОВСКОГО.....</b>	<b>30</b>
Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор	
<b>МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ М.И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД.....</b>	<b>33</b>

Дмитриченко Л.А., к.э.н., доцент <b>ПРОБЛЕМЫ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В РАБОТАХ М.И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО</b> .....	35
Жук О. О. Руководитель: старший преподаватель Лукашова М. А. <b>КЛЮЧЕВЫЕ ДЕФИНИЦИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ</b> .....	37
Залата Е. Я. Научный руководитель: Сухина И. Г., канд. филос. наук, доцент <b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	39
Зимников В.О. Научный руководитель: Пятаченко А. М., ассистент <b>ФОРМУЛА ШТАЙНМАЙЕРА КАК РЫЧАГ УРЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТА НА ДОНБАССЕ</b> .....	41
Ильченко Ю.А. Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент <b>ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ</b> .....	42
Кадыкова С.А Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент <b>ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ</b> .....	44
Калугина М.В. Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент <b>ОРГАНИЗАЦИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ И СОТРУДНИЧЕСТВУ В ЕВРОПЕ</b> .....	47
Капыльцова В.В., к.э.н., доцент, Конопля А.А. <b>ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ</b> .....	48
Козаченко Ж. Н., ст. преподаватель Воробьева Ю. С., ст. преподаватель <b>ПРИНЦИПЫ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ</b> .....	50
Колесникова Е.А., ассистент <b>ПУТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ</b> .....	52
Костина Т.В., к.э.н., доцент <b>БЕЗОПАСНОСТЬ ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ</b> .....	54
Кузьменко Е.Д. Научный руководитель: Скрибченко Н. С. <b>СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ</b> .....	56
Лиходедова Т.В., ст. преподаватель <b>СУЩНОСТНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР</b> .....	58
Логвинова А.О. Научный руководитель: Пилипенко В.В., старший преподаватель <b>ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	60

Лукиянчикова А.В. Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент	
<b>БЕДНОСТЬ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА .....</b>	<b>62</b>
Лустин Ю.М., старший преподаватель	
<b>ОПЕРЕЖАЮЩЕЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ.....</b>	<b>66</b>
Макаревич А.В. Научный руководитель: Стельмашенко Е.В., к.э.н., доцент	
<b>КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ .</b>	<b>68</b>
Маленко В.М., ассистент Научный руководитель: Вашенко Н.В., д.э.н., доцент	
<b>СОЦИАЛЬНАЯ И КАДРОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КАК ВАЖНЕЙШИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ .....</b>	<b>70</b>
Малютина Т.А., ассистент	
<b>СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ.....</b>	<b>72</b>
Матяж Т.С. Научный руководитель: Лукашова М.А., к.э.н., доцент	
<b>РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....</b>	<b>74</b>
Мальцева Н.Г., аспирант Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор	
<b>ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ.....</b>	<b>75</b>
Мелюс Б.В., аспирант Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор	
<b>СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....</b>	<b>77</b>
Мишечкин Г.В., к.и.н., доцент	
<b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ М. И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ П. А. СТОЛЫПИНА: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ .....</b>	<b>79</b>
Моисеева Ф.А., канд. филос.наук, доцент	
<b>ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КАФЕДРЕ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ .....</b>	<b>81</b>
Некрасова О.Л., д.э.н, доцент; Некрасов М.А.	
<b>ИННОВАЦИОННЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕДУЦИРУЮЩИЕ ИХ НЕГАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ .....</b>	<b>84</b>
Овсянникова В.В. Научный руководитель: Забарина Д.А., к.э.н., доцент	
<b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>87</b>
Одинцова Е.А., к.ю.н., доцент Кондратьев В.А., к.ю.н., доцент	
<b>ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОО ВПО В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....</b>	<b>89</b>
Онищенко С.С. Научный руководитель: Фомина М.В., д.э.н., профессор	
<b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА .....</b>	<b>91</b>

Пуха А.А. Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент <b>MERCOSUR</b> .....	93
Русанов С.В. Научный руководитель: Сухина И.Г., канд.филос.наук, доцент <b>ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ И БАНКОВСКОЙ СИСТЕМ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ</b> .....	95
Рынжа Е.И. Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент <b>ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ</b> .....	97
Слюсаренко А. В. Научный руководитель: Кравченко Ю. А., старший преподаватель <b>КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	99
Смирнов А.О. Научный руководитель: Стельмашенко Е.В., к.э.н., доцент <b>СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА</b> .....	102
Соловьева Ю.М., ассистент Соловьева Р.П., канд. ист. наук <b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИДЕИ М.И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО</b> .....	104
Сухина И.Г., канд.филос.наук, доцент <b>ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД</b> .....	106
Тишаева Н.В., старший преподаватель <b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ</b> .....	110
Трисяченко Т. А. Научный руководитель: Сухина И. Г., канд. филос. наук, доцент <b>ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ</b> .....	112
Хуторцова Д.С. Научный руководитель: Зашук М.С., к.э.н., доцент <b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ПРОЦЕССА ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	114
Хуторцова Д. С. Научный руководитель: Колесникова Е.А., ассистент <b>СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	116
Царенко Д.А. Научный руководитель: Баранцева С.М., к.э.н., доцент <b>ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АЛЪЯНС»</b> .....	118
Шумакова Ю.В., аспирант Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор <b>ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ АКТИВИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ</b> .....	120

**Посвящается**

**100-лeтнeмy юбилeю Дoнeцкoгo нaцoнaльнoгo унивeрcитeтa  
экoнoмики и тoргoвл и мeнeи Микaилa Тугaн-Бaрaнoвcкoгo**

**60-лeтнeмy юбилeю  
кaфeдры экoнoмичecкoй тeopии  
ГO ВПO «ДoнНУЭТ и мeнeи Микaилa Тугaн-Бaрaнoвcкoгo»**

## **ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО**

ГO ВПO «Дoнeцкoй нaцoнaльный унивeрcитeт экoнoмик и тoргoвл и мeнeи Микaилa Тугaн-Бaрaнoвcкoгo» - cтapейший ВУЗ тoргoвo-экoнoмичecкoгo пpoфиля co 100-лeтнeй истopией. Он был oбpaзoвaн в 1920-м гoду в г. Киeвe кaк кooпepaтивный инcтитут и cегoднa нocит и мeнeи cвoeгo oснoвaтeлeя. Зa вpeмя cущecтвoвaния ВУЗ пpeтepпeл ряд peoргaнизaций и пepeeздoв: oт Киeвcкoгo кooпepaтивнoгo инcтитутa (1926-1934 гг.), Вceукpaинcкoгo инcтитутa пoтpeбитeльcкoй кooпepaции (г. Хapькoв, 1934-1936 гг.), Хapькoвcкoгo инcтитутa coвeтcкoй тoргoвл и (1936-1959 гг.) дo вoзpoждeния нa дoнeцкoй зeмлe кaк Дoнeцкoгo инcтитутa coвeтcкoй тoргoвл и (1959-1992 гг.), Дoнeцкoгo гocудapcтвeннoгo кoммepчecкoгo инcтитутa (1992-1998 гг.).

С мoмeнтa cзaдaния ДoнНУЭТ был ВУЗoм oбщecтвeннoгo знaчeния, нa eгo бaзe в 1959-1961 гг. были oткpыты филиaлы и нaучнo-учeбныe цeнтpы в гoрoдax Oдecca, Киeв, Львoв, Хapькoв, Симфepoпoль, a впocлeдcтвии

созданы Киевский торгово-экономический институт (1966 г.) и Харьковский институт общественного питания (1967 г.).

В 1998 году решением Государственной аккредитационной комиссии ВУЗ получил наивысший четвертый уровень аккредитации и статус университета. В марте 2007 г. за высокие результаты в развитии науки и образования, университету был присвоен статус национального.

Сегодня Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского – это ведущий торгово-экономический ВУЗ Донбасса, в котором осуществляется подготовка высококвалифицированных специалистов для предприятий и учреждений торговли, ресторанного хозяйства, пищевых и перерабатывающих производств, финансовых структур, налоговых и таможенных служб региона, а также ближнего и дальнего зарубежья.

В настоящий момент профессорско-преподавательский коллектив университета играет активную роль в становлении и развитии Донецкой Народной Республики, участвует в формировании нормативно-правовой базы Республики, проведении научных исследований, подготовке высококвалифицированных специалистов, восстановлении экономики региона.

Ученые университета принимали участие в разработке региональных научно-технических Программ, в частности, научно-технического развития Донецкой области на период до 2020 г., в подготовке проектов Законов «Об образовании», «Об основах продовольственной безопасности ДНР», «О безопасности и качестве пищевых продуктов», разработке «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования ДНР», а также проектов государственных стандартов по укрупненным группам подготовки специалистов в рамках направлений: 38.00.00 «Экономика и управление», 19.00.00 «Промышленная экология и биотехнологии», 43.00.00 «Сервис и туризм». На базе ВУЗа осуществляется подготовка экспертов для проведения лицензирования и аккредитации в образовательных учреждениях ДНР.

С целью расширения связей государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» с образовательными организациями высшего профессионального образования Российской Федерации и дальнего зарубежья были заключены договоры о сотрудничестве в сфере образования, науки, культуры, просветительской деятельности.

Вузами-партнерами стали: ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) и его филиалы в г. Брянск и г. Смоленск; Московская школа экономики Московского государственного университета имени В.М. Ломоносова (г. Москва); ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» (г. Орел); ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет» (г. Краснодар); ФГБОУ ВПО «Ижевский государственный технический

университет имени М.Т. Калашникова»; Абхазский государственный университет (АГУ) и др.

Главной заслугой коллектива ДонНУЭТ является то, что Университет не только выжил, но и преумножил свои достижения, не только сберег свои традиции, но и создал новые.

Проявленный патриотизм, мужество, ответственность, любовь к родному ВУЗу и донецкой земле, взаимопомощь и взаимоподдержка всех членов трудового коллектива позволяют Университету сегодня стабильно развиваться и обеспечивать потребности региона в высококвалифицированных специалистах.

*Директор Института экономики и управления*

*к.э.н., доцент*

*Стельмашенко Е.В.*

*Заведующий кафедрой экономической теории*

*д.э.н., профессор*

*Фомина М.В.*



*Аксёнова М.С.*

*Научный руководитель: Германчук А.Н., к.э.н., доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ТОВАРНЫЙ ПОРТФЕЛЬ КАК ОСНОВА ПРИБЫЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях хозяйствования, которые характеризуются усилением конкурентной борьбы, изменчивостью внешней среды, повышением уровня неопределенности и риска, назрела объективная необходимость эффективного управления товарной политикой торговых предприятий.

Для эффективного управления товарной политикой необходимо проведение систематической комплексной оценки её элементов. Одним из основных элементов товарной политики, который на наш взгляд играет ключевую роль в успешном достижении предприятием поставленных маркетинговых целей, является товарный портфель.

Оценить эффективность принятого решения относительно товарного портфеля можно с помощью маркетинговых исследований направленных на определение прибыльности товарного портфеля.

$$П = ((ЦК_i, Д_i); \dots; (ЦК_n, Д_n)),$$

Ц – цена товара, входящего в i-й ценовой сегмент

К<sub>i</sub> – количество товара, входящего в i-й ценовой сегмент

Д<sub>i</sub> – доля i-го ценового сегмента в продажах

n – количество ценовых сегментов рынка

Прибыльность товарного портфеля формируется за счёт разницы между себестоимостью/ценой закупки и ценой продажи товаров, входящих в его состав. Товары можно разделить по доходности в соответствии с различными товарными сегментами (табл. 1).

Таблица 1 – Анализ ценовых сегментов ООО «Лидер-Дон»

Ценовой сегмент (руб.)	2017			2018		
	Ц, тыс. руб.	К, шт.	Д, %	Ц, тыс. руб.	К, шт.	Д, %
2920 – 22618	12,78	135	68,88	12,77	138	64,19
22619 – 42317	32,49	43	21,94	32,47	50	23,26
42317 – 59094	53,75	18	9,18	50,705	27	12,56
Итого:	-	196	100,00	-	215	100,00

Из таблицы видно, что большую часть прибыли предприятия формируют товарные единицы из ценового сегмента 2920 – 22618 руб. Наименьшую долю

имеют товарные единицы из ценового сегмента 42317 – 59094 руб. Следует отметить, что в отчётном году продажи увеличились в количественном измерении на 19 шт. Увеличилась доля продаж товаров из ценовых сегментов 22619 – 42317 руб. (на 1,32%) и 42317 – 59094 руб. (на 3,38%). В свою очередь доля продаж товаров из ценового сегмента 2920 – 22618 руб. уменьшилась (на 4,69%).

Прибыль, которую принесут продажи отдельно взятого сегмента, рассчитывается по формуле:

$$П_i = Ц_1 - Ц_0.$$

где  $Ц_1$  – средняя цена продажи товаров данного сегмента,

$Ц_0$  – средняя закупочная цена.

С целью выяснения прибыльности сегментов предприятия проведем расчёт прибыли по каждому из сегментов (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ прибыльности сегментов ООО «Лидер-Дон»

Ценовой сегмент (руб.)	2017			2018		
	$Ц_0$	$Ц_1$	$П_i$	$Ц_0$	$Ц_1$	$П_i$
2920 – 22618	8300	12782	4482	8484,4	12769	4284,6
22619 – 42317	21100	32494	11394	21573	32468	10895
42317 – 59094	34900	53746	18846	33691,4	50705,5	17014,1

Таким образом, наиболее прибыльным является ценовой сегмент в диапазоне 42317 – 59094 руб. В отчётном периоде прибыль составила 17014,1 руб., однако стоит отметить, что по сравнению с предыдущим годом прибыль уменьшилась на 1831,9 руб. Наименее прибыльным является сегмент в диапазоне 2920 – 22618 руб. прибыль составила 4284,6 руб. и также уменьшилась на 197,4 руб. Прибыль среднего диапазона также уменьшилась на 499 руб.

Проведенная оценка показала, что товарный портфель ООО «Лидер-Дон» является прибыльным и способствует успешной деятельности предприятия. Таким образом, можно сделать вывод об эффективном управлении товарной политикой в исследуемом предприятии.

#### Список использованных источников

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг: підручник. – Вид. 3-тє, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинговая товарная политика в системе менеджмента предприятий. – Монография / Л. В. Балабанова, О. А. Бриндіна ; М-во образования и науки Украины, Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановського. – Д.: [ДонДУЕТ], 2006. – 230 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс [Текст] / Ф. Котлер – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 464 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер – Новосибирск: «НАУКА», 1992. – 736 с.

## **СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях функционирования экономики Донецкой Народной Республики, которые характеризуются наличием кризисных явлений, вызванных падением доходов населения, экономической блокадой и разрывом традиционных хозяйственных связей, изменением структуры потребностей потребителей и усилением конкуренции, для выживания и эффективного развития предприятия ДНР должны использовать антикризисную стратегию как необходимое условие долгосрочного существования в динамично меняющейся внешней среде. Однако, несмотря на большое количество публикаций по различным аспектам антикризисного управления предприятием в современной экономической литературе, вопросы трактовки сущности антикризисной стратегии предприятия освещены недостаточно и требуют дальнейших исследований с целью уточнения толкования данной дефиниции.

Как верно отмечают А.М. Ачкурина, А.Р. Ягудина и А.Ю. Васильев, антикризисная стратегия является частью экономической стратегии предприятия и обеспечивает управленческое воздействие с целью недопущения кризиса и достижения стратегических целей предприятия в долгосрочной перспективе [1, с.109]. Тем не менее следует не согласиться с авторами в том, что антикризисная стратегия всегда носит инновационный характер, поскольку в период кризиса предприятие как правило не инвестирует ограниченные средства в разработку и внедрение инноваций.

А.Е. Бехтина указывает на то, что антикризисная стратегия, если она не разрабатывалась ранее, должна быть разработана на предприятии при первых признаках кризисной ситуации [2, с.32], но при этом в качестве обязательного этапа разработки антикризисной стратегии называет пересмотр миссии и целей предприятия, с чем нельзя согласиться, поскольку антикризисная стратегия должна быть направлена на достижение стратегических целей предприятия несмотря на кризисные явления.

М.В. Каплий определяет антикризисную стратегию как комплекс целей, решений и мероприятий, реализуемых в сфере финансовой деятельности предприятия и направленных на его оздоровление и восстановление функционирования [3, с.100]. Однако рассмотрение антикризисной стратегии только в финансовом аспекте является достаточно дискуссионным поскольку главным негативным последствием кризиса является падение объемов продаж и дохода от реализации продукции (товаров, работ, услуг), а решение этой проблемы при помощи финансовых инструментов является весьма затруднительным.

В подтверждение данного вывода И.В. Мишурова, Т.Н. Михненко, Т.Ю. Синюк указывают на необходимость разработки комплексного подхода к формированию антикризисной стратегии предприятия, основанного на использовании всей методологии стратегического менеджмента для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности предприятия в условиях кризиса [4, с.28]. Далее авторы делают акцент на анализе рыночных возможностей предприятия в кризисной ситуации, что позволяет оценить перспективы сохранения конкурентной устойчивости и достаточных для выживания и развития объемов выручки от реализации.

О.В. Сергиенко и Ю.О. Потласов определяют в качестве главной задачи антикризисной стратегии возврат предприятия в докризисное состояние [5, с.170], что является неверным так как простой возврат через определенное время к докризисному состоянию не гарантирует развитие и достижение стратегических целей предприятия. Резюмируя мнения авторов по поводу сущности антикризисной стратегии предприятия, следует обобщить основные недостатки, заключающиеся в рассмотрении антикризисной стратегии как инновационной, предполагающей изменение миссии и целей предприятия, связанной с обеспечением финансовой устойчивости и возвратом к докризисному состоянию.

Отсюда возникает необходимость предложить следующее авторское определение: антикризисная стратегия предприятия – это система мер, процедур и правил, направленных на достижение стратегических целей предприятия вопреки кризисным явлениям, основанных на комплексном подходе и разработанных с использованием всей современной методологии стратегического менеджмента.

### **Список использованных источников**

1. Ачкурина А.М. Разработка антикризисной инвестиционной стратегии предприятия: методология и проблемы / А.М. Ачкурина, А.Р. Ягудина, А.Ю. Васильев // Фундаментальные исследования. – 2016. – №2. – С.109-114.
2. Бехтина, О.Е. Антикризисная стратегия: особенности разработки и реализации / О.Е. Бехтина // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2017. – №2. – С. 31-35.
3. Каплий, М.В. Формирование стратегии предприятия (организации) в условиях кризиса / М.В. Каплий // Международный научный журнал «Символ науки». – 2016. – №9. – С.98-100.
4. Мишурова, И.В. Разработка антикризисной стратегии предприятия в условиях конкурентного рынка / И.В. Мишурова, Т.Н. Михненко, Т.Ю. Синюк // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – №4(83). – С.28-35.
5. Сергиенко, О.В. Стратегии коммерческих организаций в предкризисных и кризисных ситуациях / О.В. Сергиенко, Ю.О. Потласов // Вестник СибАДИ. – 2015. – №4(44). – С.170-179.

*Арабаджи Ю.В., ассистент,  
Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

## **ОПЛАТА ТРУДА КАК СТИМУЛИРУЮЩИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ**

Для любого уровня экономической системы – от отдельного субъекта до микро-предприятий и до системы национальной экономики в целом важнейшими факторами, движущими силами развития являются потребности, мотивы, интересы и стимулы. С определённой условностью можно говорить о единстве и даже тождественности этих понятий и категорий. Вместе с тем каждая категория имеет своё чёткое социально-экономическое содержание и выполняет присущие ей функции. Признавая ведущую роль потребностей и интересов, считаем, что без стимулирования труда их реализация невозможна. Особенно это касается стимулов к труду наёмных работников. Актуальность проблемы оплаты труда имеет особое значение для современного состояния разрушенной экономики Донецкой Народной Республики, которую без стимулирования труда работников, занятых в народном хозяйстве, не только развить, но восстановить не представляется возможным.

Проблему стимулирования труда впервые поставил известный древнегреческий философ-материалист Ксенофонт. Он осознавал, что даже рабов надо поощрять либо добрым словом, либо подарком. Таким образом, он высказал идею морального и материального стимулирования труда. С тех пор эта проблема заняла одно из ведущих мест в философской и экономической литературе. Однако до сих пор её так и не удаётся решить с точки зрения упорядочения системы оплаты простого и сложного, высококачественного и социально значимого труда. Преобладание, на наш взгляд, субъективного фактора в определении уровня оплаты труда в современном обществе существенно подрывает стимулы к труду, ведёт к снижению темпов роста производительности труда и сокращению объёмов производства.

В системе материальных стимулов к труду первую строчку занимает оплата труда, а точнее – заработная плата. Категорию «заработная плата» ввёл в научный оборот родоначальник классической школы политической экономии, английский учёный Уильям Петти. Несмотря на ошибочное представление о заработной плате как цене труда, У.Петти гениально понял, что заработная плата отражает новую (для формирующегося капитализма, основанного на наёмном труде) систему экономических отношений. Такое понимание заработной платы обусловило ряд не потерявших актуальности гениальных положений учёного относительно этой категории, а именно:

- обоснование связи заработной платы со стоимостью средств существования (что в современном обществе прекрасно аргументировано в теории и, к сожалению, весьма слабо учитывается в практике):

- вывод о негативных последствиях для государства низкой заработной платы наёмных работников: если люди «нищенствуют, они могут умирать от голода сегодня и объедаться и пресыщаться завтра, что ведет к болезням и дурным привычкам. ... Кроме того, они могут нищенством или воровством добыть больше, чем им необходимо, что отвратит их навсегда от работы, даже при самой благоприятной возможности, которая может внезапно и неожиданно открыться» [1, гл. II, п.38];

- обоснование необходимости повышения доли заработной платы в общем богатстве государства: «... будет, несомненно, более благоразумно предоставить рабочим избыточные продукты, которые иначе будут потеряны и истрачены или бесцельно потреблены. В случае же, если излишка не имеется, следует сократить немного изысканность питания других, как в количественном, так и в качественном отношении...» [1, гл. II, п. 39];

- вывод о роли государства в обеспечении жизнеспособности и производственной активности наёмного работника. Учёный подчеркнул роль налогообложения в обеспечении минимума средств существования, а также необходимость законодательного закрепления уровня заработной платы.

Оппонируя учению К.Маркса о заработной плате как превращённой стоимости товара рабочая сила, о том, что труд не может быть товаром, М.И.Туган-Барановский считал, что рабочую силу нельзя продать, потому что она как способность к труду не отчуждается от человека. На таком основании он выдвинул концепцию заработной платы как услуги труда / услуги рабочей силы. Но разве услуга это не способность к выполнению конкретного вида деятельности? Почему же тогда эта способность может отчуждаться, а рабочая сила как способность к труду – нет? Ведь услуга реализуется так же, как и труд, т.е. в процессе её оказания и поэтому, как и способность к труду, не отчуждается абсолютно от человека.

Таким образом, сохраняет методологическую ценность теория заработной платы К.Маркса. Прежде всего, это касается аспекта определения низшей границы заработной платы, обеспечивающей хотя бы простое воспроизводство рабочей силы. Кроме того, необходимо восстановить и использовать в практике принцип качества и социальной значимости труда при определении уровней заработной платы. В противном случае заработная плата утрачивает свою стимулирующую функцию экономического роста и развития, ибо «содержание рабочих, получение ими достаточного количества предметов потребления, есть необходимое условие самого хозяйственного процесса» [2, с. 483].

### **Список использованных источников**

1. Первые системы политической экономии. Избранные экономические произведения / У. Петти, Д. Ло, Р. Кантильон; [пер. с англ.; предисл. В.С.Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 957 с.

2. Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии /М.И.Туган-Барановский / Избранные сочинения. В 2-х томах. науч. ред. и автор вступ. статьи Л.И.Дмитриченко. – Т.2. – Донецк: ДонНУЭТ, 2004. – 686 с.

*Берловская О.С.*  
*Научный руководитель: Сардак Е.В., д.э.н., доцент*  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики*  
*и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В условиях рынка потребители товаров во многом влияют на принятие управленческих решений по ценам в предприятии. Вместе с тем, в настоящее время в отечественных предприятиях маркетинговые исследования ценовой чувствительности потребителей в процессе формирования цен либо не осуществляются, либо проводятся частично и неквалифицированно. Отсутствие своевременной и проверенной информации о чувствительности потребителей к ценам предопределяет игнорирование наиболее значимого фактора ценовой политики – покупателей, что обуславливает низкий уровень взаимосвязи цены с другими элементами комплекса маркетинга, а также снижает эффективность процесса ценообразования в предприятиях.

В современных условиях, характеризующихся динамичностью внешней среды, повышением уровня хозяйственных рисков, в процессе ценообразования, а также при анализе экономических последствий изменения цен необходимо учитывать результаты маркетинговых исследований чувствительности потребителей к ценам на товары и услуги предприятия [1]. В свою очередь, это выдвигает ряд требований к специалистам в области ценообразования, наиболее актуальными из которых являются: умение проводить анализ спроса покупателей, выявлять и оценивать факторы, влияющие на него; навыки по проведению маркетинговых исследований ценовой чувствительности потребителей; способность своевременно использовать результаты анализа в процессе принятия ценовых решений.

Необходимость и практическая значимость маркетинговых исследований чувствительности потребителей к ценам исследуемого предприятия (ООО «Стимул Трейд») обусловлены:

- ростом внимания покупателей к качеству товаров и услуг;
- снижением покупательной способности населения;
- повышением информированности покупателей о наличии товаров-заменителей (вследствие расширения рекламных мероприятий);
- расширением и углублением товарного ассортимента, а также спектра услуг торговых предприятий и т.д.

Цель маркетинговых исследований ценовой чувствительности потребителей в процессе разработки управленческих решений по ценам – обеспечение эффективности ценовой политики посредством управления покупательским спросом в соответствии со стратегией предприятия на рынке [2].

На основе маркетинговых исследований чувствительности потребителей к ценам ООО «Стимул Трейд» можно решить следующие практические задачи:

- выявление товаров с наибольшей рыночной силой (посредством сравнения ценовой эластичности товаров конкурентов);
- влияние на факторы, вызывающие изменение покупательского спроса;
- определение средств влияния на цены с целью повышения объемов сбыта предприятия;
- формирование сбалансированных цен на взаимодополняемые товары;
- прогноз тенденций перемещения спроса покупателей с одних товаров на другие (на основе анализа перекрестной эластичности спроса);
- разработка и реализация ценовой политики предприятия с учетом системы ценностей покупателей;
- управление факторами ценовой чувствительности потребителей;
- разработка мероприятий по корректировке цен (для увеличения получаемой прибыли).

Соответствующий анализ необходимо осуществлять в исследуемом предприятии с целью определения верхнего уровня цен. При этом, в процессе определения диапазона вариации цен следует учитывать, что изменения цен должны находиться в пределах возможностей потребителя, уровня цен конкурентов и затрат предприятия.

В настоящее время возникла необходимость в комплексном анализе ценовой чувствительности потребителей в исследуемом предприятии, который рекомендуется проводить по следующим этапам:

- оценка факторов, вызывающих изменение спроса;
- подготовка информационной базы для анализа спроса;
- исследование ценовой эластичности (посредством анализа коэффициентов ценовой эластичности спроса на товары предприятия);
- анализ перекрестной эластичности спроса;
- диагностика факторов ценовой чувствительности потребителей;
- исследование влияния ценовой эластичности спроса на объем продаж предприятия;
- диагностика ценовой чувствительности покупателей на основе анализа системы ценностей потребителей.

Таким образом, проведение комплексных маркетинговых исследований ценовой чувствительности потребителей обеспечит принятие эффективных управленческих решений по ценам, что будет способствовать достижению конкурентных преимуществ предприятия на рынке.

#### **Список использованных источников**

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование / А.С. Баздникин. - М.: Юрайт, 2017.
2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Навч. посібник. – Київ: ВД “Професіонал”, 2004.



**Брыль Е.А., к.э.н., доцент**

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

## **ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ**

На сегодняшний день не существует такой страны экономика, которой функционировала бы только при помощи рыночного механизма. В современной рыночной экономике существует немало социально-экономических проблем, неподвластных рынку и требующих государственного вмешательства [1]. Поэтому необходимым условием эффективного развития национального хозяйства является формирование четкого механизма денежно-кредитной политики. Денежно-кредитная политика государства – очень демократичный инструмент воздействия на национальную экономику, не нарушающий суверенитета большинства экономических субъектов. Таким образом, денежно-кредитная политика должна решать ряд социально-экономических задач: обеспечивать стабильность цен, полную занятость и экономический рост.

Важные аспекты денежно-кредитной политики исследовали известные отечественные и зарубежные ученые, а именно: А. Гальчинский, В. Геец, Ю. Головин, О. Дзюбулюк, Л. Дмитриченко, Л. Евтух, А. Елифанов, Дж. М. Кейнс, М. Крупка, Н. Савлук, М.Туган-Барановский, М. Фридмен, С. Фишер, А.Чухно.

Денежно-кредитную политику часто называют монетарной, поскольку она является политикой в сфере управления количеством денег в обращении. Основными предпосылками проведения монетарной политики есть наличие банковской системы и денежно-кредитных отношений.

Повышенное внимание к денежно-кредитной политике как инструмента обеспечения «вечного процветания», которая властвовала в 20-х годах XX ст., изменилась после кризисных потрясений 30-х гг. общим пессимизмом и недоверием к эффективности денежно-кредитного регулирования [2].

Исходя из теоретических концепций, которые являются основой для проведения денежно-кредитной политики, основным объектом денежно-кредитного регулирования является совокупная денежная масса, от размера которой зависит динамика основных показателей развития экономики. В связи с этим в зависимости от состояния хозяйственной конъюнктуры центральный банк может реализовывать два типа денежно-кредитной политики, которые имеют противоположное влияние на динамику денежной массы: экспансивную и рестрикционную [2].

Как показывают последние события в мировой экономике, снижение устойчивости финансовых институтов и дефицит банковской ликвидности способны парализовать кредитные рынки и резко ослабить эффективность

монетарной политики. Учитывая значимость банковской системы в финансировании экономического роста, целесообразно отнести к числу конечных целей денежно-кредитной политики поддержание стабильности в банковском секторе. На этом этапе определения промежуточных и оперативных целей денежно-кредитной политики наибольшие трудности представляет выбор ориентиров, соблюдая которые, монетарные власти рассчитывают воздействовать на заявленные конечные цели. Такими ориентирами могут быть темпы повышения внутренних цен, денежные агрегаты, процентные ставки, динамика валютного курса [3].

Первая проблема заключается в том, что оценить заранее эффективность того или иного режима денежно-кредитной политики невозможно, т.к. его воздействие проявляется по прошествии определенного времени. Вторая проблема состоит в том, что эффективность режима денежно-кредитной политики серьезно зависит от внутренних экономических условий, уровня развития товарных и финансовых рынков, структуры национальной экономики. Это означает, что применения одного и того же режима денежно-кредитной политики будут сильно различаться для стран с разным уровнем экономического развития [3]. В целом, опираясь на опыт зарубежных стран, можно отметить, что режимы таргетирования процентных ставок и денежных агрегатов являлись менее эффективными в достижении конечных целей монетарной политики, чем режим таргетирования инфляции и валютного курса.

Таким образом, при определении промежуточной и оперативной целей денежно-кредитной политики необходимо учитывать два важных обстоятельства. Первое обстоятельство связано с низким уровнем монетизации экономики, дефицитом банковской ликвидности и немонетарным характером инфляции, которые ограничивают возможности проведения жесткой денежно-кредитной политики. В подобной ситуации существенное повышение процентных ставок в экономике и сжатие денежного предложения могут обернуться значительным снижением экономического роста и резким сокращением инвестиционной активности в стране. Второе обстоятельство заключается в том, что в условиях высокой зависимости внутреннего рынка от импорта потребительских товаров и продовольствия увеличение волатильности валютного курса способно ускорить инфляционные процессы в экономике [3]. Оба обстоятельства обуславливают в среднесрочной перспективе применять смешанный режим денежно-кредитной политики, основанный на таргетировании инфляции и валютного курса.

#### **Список использованных источников**

1. Денежно-кредитная политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://biograf.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1044563> (дата обращения 20.10.2019г.)
2. Денежно-кредитная политика: цель, задачи и инструменты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://helpiks.org/9-12884.html> (дата обращения 19.10.2019г.)

3. Науменкова С.В., Мищенко В.И. Влияние денежно-кредитной политики Центрального банка на стимулирование экономического роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения 20.10.2019)

*Василевская А.Р.*

*Научный руководитель: Сухина И.Г., канд.филос.наук, доцент, профессор  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ЭКОНОМИКЕ**

Роль маркетинга в экономике заключается в том, что он призван привести производство в соответствии со спросом. Усилия маркетинговых служб направлены на создание такого ассортимента товаров, который соответствовал бы общественному спросу. Много внимания уделяется внешнему виду товара, его потребительским характеристикам, послепродажному обслуживанию. При этом маркетинговые усилия должны быть направлены на то, чтобы убедить покупателя, что данный товар является самым лучшим, создать «приверженность» покупателя к товарной марке.

Маркетинг – это завершающее понятие цикла рынка, это работа с рынком для осуществления обменов, цель которых удовлетворение человеческих нужд и потребностей. Процесс обмена требует работы: это поиск покупателей, выявления их нужды, проектирование соответствующих товаров, продвижение их на рынок, складирование, перевозка, ценообразование, организация сервиса, рекламирование. Роль маркетинга в экономике – повышение ее торгово-операционной эффективности. На современном этапе маркетинг понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, способного не только реагировать на развитие рыночной обстановки, но и самому изменять параметры окружающей среды, обеспечивая выход на рынок, расширение рынка, обеспечение безопасности рынка

Активная деятельность на рынке – это сегодня краеугольный камень экономического развития предприятий. В настоящее время жизненно важными становятся знание конечного потребителя, умение гибко реагировать на все его требования. Иначе не может быть обеспечена продажа товара, повышена доходность предприятия. Крайне необходимо изучать возможности и эффективность различных форм и методов продажи товаров, производить работу по формированию запросов населения, повышению престижа торговой фирмы. Такой тип экономического поведения предприятий обычно ассоциируется с маркетингом, который хорошо зарекомендовал себя в зарубежной практике организации производственно-сбытовой деятельности предприятий в условиях конкурирующей экономики. Сегодня нет практически ни одной индустриально развитой страны, где бы в той или иной мере не практиковалась маркетинговая деятельность. Фирмы, ориентирующиеся на

маркетинг, более конкурентоспособны, терпят меньшие убытки, лидируют по рентабельности.

В условиях рыночной экономики функция маркетинга состоит в организации свободного и конкурентного обмена для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса на товары и услуги. Это соответствие не является спонтанным и требует:

- организации материального обмена, иными словами, физического потока товаров между производством и потребителем;
- организации коммуникации, иными словами, информационного потока, предшествующего обмену, сопровождающего его и следующего за ним для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса.

Маркетинг направлен на поиск наиболее эффективного сочетания традиционной и новой продукции, он является основанием для принятия решения о расширении или сокращении объемов производства, модернизации продукции или снятия ее с производства, способствует разработке и внедрению планов развития предприятия. Систематический и эффективный маркетинг повышает культуру предпринимательской деятельности, позволяет предприятиям эффективно увязывать ресурсы с целями, а цели – с запросами покупателей.

Маркетинг призван играть важную экономическую роль в рыночной системе хозяйства. Не только в связи с тем, что он обеспечивает эффективное сопряжение спроса и предложения, но и потому, что он запускает благотворный цикл экономического развития, стадии которого таковы:

- маркетинг обнаруживает неудовлетворенные потребности и разрабатывает соответственно адаптированные товары;
- маркетинг осуществляет план действий, что приводит к созданию и росту спроса на эти новые товары;
- растущий спрос ведет к снижению издержек, что позволяет понизить цены, благодаря чему на рынок приходят новые группы покупателей;
- такое расширение рынка привлекает новые инвестиции, которые позволяют получить экономию на масштабе и разработать усовершенствованные или новые товары.

По мере развития рыночных отношений маркетинг все более будет интегрироваться в общую систему управления предприятием, когда в основе принятия практически всех производственных, сбытовых, финансовых, административных и других решений будет лежать информация, поступающая от рынка. Таким образом, маркетинг в наше время становится очень перспективной областью.

Руководители должны понять, что нет смысла производить то, что никто никогда не купит, а значит необходимо иметь в своем штате людей, знающих и понимающих нужды населения. Только так можно обеспечить стабильный рост прибыли компании и занять достойное место в международной сфере экономических отношений.

### **Список использованных источников**

1. Акканина Н. В. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Акканина [и др.] ; под редакцией Н. В. Акканиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с.

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с.

*Горбуненко К.Е.*

*Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук., доцент*

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

## **МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Маркетинг происходит от английского слова «market», которое выступает этимологической основой данного термина, который означает «рынок»; а «marketing» переводится как «действия на рынке», «рыночная деятельность».

Маркетинг представляет собой одну из самых динамично развивающихся современных (экономических) наук, что обусловлено, прежде всего, тем, что он призван соответствовать насущным требованиям времени, состоянию рынка и настроениям актуальных и потенциальных потребителей. Однако на настоящий момент существует множество определений понятия «маркетинг», и не сложилось однозначного мнения по определению данного понятия [3, с. 7].

Маркетинг можно определить как процесс создания и воспроизводства спроса конечных потребителей на конкретные товары и услуги с целью получения прибыли; также как целенаправленные действия по удовлетворению нужд клиентов посредством товара (услуги) и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и, наконец, потреблением этого товара.

Основоположниками науки маркетинга считаются Филипп Котлер (профессор международного маркетинга Высшей школы менеджмента Дж.Л.Келлога при Северо-Западном университете США), и Лестер Вундерман (президент и основатель крупнейшего direct marketing агентства Wunderman, США), из отечественных специалистов можно выделить исследования таких исследователей, как Кретов И.И., Соловьев Б.А., Романов А.Е., Кузнецов В.В.

Основная задача маркетинга – понять нужды и потребности рынка, и выбрать те из них, которые компания или предприятие могут удовлетворить лучше других. Это позволит предприятию производить товары более высокого качества и тем самым увеличивать объемы продаж и повышать свои доходы путем более качественного удовлетворения потребностей целевых покупателей.

Другими словами, маркетинг можно понимать как специальный управленческий процесс, с помощью которого удовлетворяются потребности,

нужды отдельных лиц и групп лиц на основе производства товаров, обладающих необходимой потребительской ценностью, и обмена ими.

Являясь действенным инструментом решения рыночных проблем, что вывалено мировой экономической практикой, маркетинг используется недостаточно. В качестве примера можно привести проблемы маркетинга в России как организационного и финансового, так и психологического характера, и поиск возможных путей их решения. При этом необходимо четко понять сущность маркетинга, его принципы, методы и формы организации.

Роль маркетинга в деятельности промышленных предприятий, безусловно, велика. В этой сфере маркетинговая деятельность направлена на осуществление маркетинговых стратегий, которые предполагают сосредоточение на отношениях с конкретным покупателем, и определение соответствующей стратегии по основным направлениям, например: ценовая, товарная, сбытовая и коммуникационная политика. С развитием рыночных отношений и становлением основных форм торговли особую актуальность на постсоветском пространстве, как и в др. развивающихся странах, приобретает коммерческо-посредническая деятельность, которая осуществляется непосредственно в сфере финансового и товарного обращения, и имеет свои особенности.

Необходимыми условиями для эффективного развития коммерческо-посреднической деятельности являются, прежде всего, наличие достаточной экономической свободы субъектов хозяйственной деятельности, наличие собственного капитала, возможность получения максимальной прибыли при минимизации издержек и ее капитализации [2, с. 33].

Показательной здесь является деятельность организаций, задействованных в оптовой и розничной торговле, а также значение маркетинга для них. Большое стимулирующее влияние на развитие торговли оказала глобализация мировой экономики, ее интернационализация. Отсюда следует, что теперь предпринимателям при выходе на новые рынки необходимо тщательно изучать, выбирать сегменты рынка сбыта, учитывая новые каналы продвижения продукции и разрабатывать эффективные системы стимулирования продаж для всех участников цивилизованной торговой деятельности.

В современных условиях хозяйствования предприятия имеют различные организационно-правовые формы, функционируют в различных сферах деятельности. Одним из способов поддержки малого предпринимательства в области предоставления гарантий субъектам малого предпринимательства является Кредитный гарантийный фонд (далее сокр. – фонд). Целью фонда не является получение прибыли, а, собственно, обеспечение гарантий кредитов для предприятий, членов фонда. Этот фонд создан на основе принципов взаимопомощи и взаимной выгоды. Средства фонда не могут использоваться непосредственно в финансовых сделках по получению прибыли.

И, тем не менее, инструменты маркетинга всемерно способствуют максимизации прибыли для разнообразных предприятий и организаций [4].

Маркетинг имеет большое значение в деятельности коммерческих организаций, которые в основном выступают в роли посредников, в первом

случае, между производителем и розничной торговлей, а во втором – между оптовой торговлей и конечными потребителями, с целью получения наибольшей прибыли, путем максимального удовлетворения потребительских требований и запросов [1].

Сегодня практически невозможно представить деятельность любого современного предприятия без маркетинга. Проводя маркетинговые исследования, организации могут варьировать свою деятельность, в зависимости от условий, конъюнктуры рынка. При этом основной целью маркетинга является получение максимальной прибыли, посредством удовлетворения потребностей потребителей наилучшим образом.

Таким образом, маркетинг становится не просто популярной тенденцией предпринимательства в различных сферах производства, а необходимостью в современныхменяющихся условиях рыночной среды. Маркетинг сегодня выступает в качестве средства обеспечения развития субъектов хозяйственной деятельности, и достижения успеха в продвижения товаров и услуг на рынке.

#### **Список использованных источников**

1. Академия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/1981096/Five\\_Common\\_Features\\_of\\_the\\_Russian-English\\_Inter-language](https://www.academia.edu/1981096/Five_Common_Features_of_the_Russian-English_Inter-language)
2. Бозиева Е.Р. Агромаркетинговая деятельность предприятий агропромышленного комплекса в рыночных условиях хозяйствования / Е.Р. Бозиева, М.А. Терешев, Ф.С. Зумакулова // Успехи современной науки и образования. –2016.– Т. 2. № 3. – С. 33-37.
3. Васина В.Н. Современные подходы к понятию и классификации стратегий развития в сельском хозяйстве / В.Н. Васина // Успехи современной науки. 2016. –Т.1. № 8. – С. 7-9.
4. Эйдос [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eidos.ru/journal/2007/0222-4.htm>

*Горлачева Л. А.*

*Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент*

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

### **СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

На сегодняшнее время нужно сказать, что рынок использования нейрофизиологических исследований в маркетинге пребывает в процессе его становления. Продвижение нейромаркетинговых услуг неизбежно сталкивается не только с рядом проблем, но и с недостаточным развитием междисциплинарных коммуникаций, отсутствием прозрачности и высокими

материальными и финансовыми расходами на эти мероприятия. Важно помнить о большом количестве противников применения нейроисследований в маркетинге и в целом концепции нейромаркетинга, формирующей дополнительные препятствия при реализации концепции. Нейромаркетинг – это целостный процесс изучения потребительского поведения, который предполагает оценочную деятельность при дифференцированном маркетинговом и экономическом подходе, используя при этом нейрофизиологические основы в их теоретическом и практическом применении: восприятие, выбор, принятие решений о покупке, иррациональное и эмоциональное поведение потребителя.

Исследования последних направлений развития нейромаркетинга можно увидеть в работах таких отечественных и зарубежных ученых, как Ф. Котлер, Д.Залтмен, А.Трайндл, Д.Канеман, А.Тверски, Б.Оейман, а также А.С.Старостина, Н.К.Малхотра, М.А.Чернова, О.Е.Клепиков и др.

Рынок потребительских товаров в современных условиях характеризуется насыщением товаров, быстрым обновлением представленной продукции, появлением новых конкурентов, усилением конкурентной борьбы, изменением предпочтений покупателей, повышением требований потребителей, как к продукции, так и к предприятиям. В связи с этим крайне важным является изучение возможностей использования нейромаркетинговых исследований и инструментов нейромаркетинга в процессе деятельности предприятий.

Эволюция концепций маркетинга практически всегда находилась под влиянием психологических и нейрофизиологических идей. Начало и середина двадцатого века дали первые шаги базовым методам нейронаук, последние десять лет характеризовались активным развитием методов нейровизуализации, заложивших основы инструментария нейромаркетинга. В результате появилась новая наука – нейроэкономика. Она изучает работу человеческого мозга в момент принятия экономического решения. Концепция нейромаркетинга была впервые разработана психологами Гарвардского университета в 1990-х годах. Она основывается на утверждении, что за умственную деятельность человека отвечает подсознательная, то есть неконтролируемая сознанием область мозга[3, с. 83].

Нейромаркетинг, или как еще его называют – сенсорный маркетинг, является прикладной подсистемой нейроэкономики, представляющий собой новый методологический маркетинговый подход, который включает в себя исследование поведения потребителей с применением инструментов, методов нейронаук[1, с. 38]. Нейромаркетинг изучает поведение потребителей, т.е. мышление, познание, память, эмоциональные реакции и др., и ставит своей задачей прогнозирование выбора потребителей. Данное направление включает в себя сбор, обработку и интерпретацию информации о непроизвольных реакциях человека на определенные атрибуты бренда. По мнению Ф.Котлера, сегодня нейромаркетинг эволюционировал до полноценного направления маркетинга.



В основу технологии нейромаркетинга положена модель, согласно которой основная часть умственной деятельности человека, включая эмоции, происходит в подсознательной области.

Основоположником нейромаркетинга считают гарвардского профессора Джерри Залтмена, который не только разработал общие методы нового инструмента воздействия на человека, но и запатентовал специальную технологию, получившую название ZMET (метод получения метафор Залтмена). ZMET изучает подсознательные реакции человека. С помощью наборов специально подобранных картинок, которые символизируют скрытые образы – метафоры, специалисты изучают специфику эмоционального отклика, то есть характер реакции человека. На основе полученных результатов формируются образы и графические коллажи, которые в дальнейшем ложатся в основу рекламных роликов и эффективно стимулируют покупательский спрос. Основной задачей этой новой дисциплины является выявление поведенческих реакций потребителей, анализ которых позволит трансформировать маркетинговый процесс компании.

Концепция нейромаркетинга предполагает, что человек воспринимает раздражители окружающей среды, прежде всего, на уровне нейрофизиологических сигналов. Они преобразовываются органами чувств, с помощью биофизических и биохимических процессов на язык эмоций еще на уровне подсознания[2, с. 179].

Таким образом, применение механизма нейромаркетинга является целесообразным и эффективным в маркетинговой деятельности. Такого рода глубокий психологический подход к управлению потребительским поведением не только помогает активному продвижению и реализации товаров и услуг, но и часто является показателем настоящих потребностей покупателей.

#### **Список использованных источников**

1. Берд К. Неосознанный брендинг / К. Берд // Компьютерра. – 2006. – № 46. – С. 38-39.
2. Красильников А.Б. Становление концепции нейромаркетинга / А. Б. Красильников // Проблемы маркетинга. Логистика. – 2015. – С. 179-181.
3. Старостина А.С. Нейромаркетинговые исследования поведения потребителей / А. С. Старостина // Вестник ГУУ. – Москва, 2015. – №3. – С. 83-87.

*Грызлова А.В.*  
*Научный руководитель: Кравченко Е.С., к.э.н., доцент*  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики*  
*и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К КАЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАЗЛИЧНЫХ СФЕР БИЗНЕСА**

Современная экономика ещё не представила единого экономического математически верного показателя, значение которого объясняло бы эффективность использования человеческого капитала с учётом как количественной стороны инвестиций в труд, так и качественный аспект осуществления трудовой деятельности в процессе хозяйственных операций субъекта экономики. Следовательно, создание единого показателя для внедрения на мировую арену, характеризующего эффективность труда с использованием измерителей качества невозможно, т.к. границы рациональности будут иметь различный диапазон, в отдельных случаях совершенно не сопоставимый. Актуализация данной темы неоспорима в условиях необходимости применения данного показателя для оценки развития экономической системы. Сформировать единый показатель оценки человеческого капитала, учитывающий качественную сторону данного актива нерационально, т.к. на макро- и микроуровнях в различной степени и форме проявляются факторы, формирующие конечный результат эффективности использования данного вида капитала.

В данной работе предлагается к рассмотрению показатель **уровня качества человеческого капитала**, учитывающий различные аспекты «жизнедеятельности» государства. Авторами работы предлагается формализовать данный показатель как множество скорректированных индексов, характеризующих динамику изменений отдельных аспектов функционирования экономической единицы (1.1).

$$I_{\text{кчк}} = I_{\text{н}} \times I_{\text{п}} \times I_{\text{д/пк}} \times I_{\text{з}} \times I_{\text{ко}} \quad , \quad (1.1)$$

где  $I_{\text{кчк}}$  – индекс уровня качества человеческого капитала, коэф.;

$I_{\text{н}}$  – индекс прироста населения, коэф.;

$I_{\text{п}}$  – индекс изменения удельной площади на душу населения, коэф.;

$I_{\text{д/пк}}$  – индекс изменения доходов относительно вариабельности потребительской корзины, коэф.;

$I_{\text{з}}$  – индекс прироста затрат на здравоохранение, коэф.;

$I_{\text{ко}}$  – индекс прироста культурно-образовательных учреждений, коэф.

При этом, обоснование границ целесообразности было ориентировано на отечественный рынок, следовательно, использование данного индекса при

характеристике качества труда других экономических единиц, выходящих за пределы нашего рынка предполагает деформацию представленных диапазонов.

В общем виде, для всех отраслей и сфер деятельности предприятий ДНР предлагается к использованию такие поправочные коэффициенты как:

$k_1$  – коэффициент, учитывающий особенности технического процесса, т.е. сложность выполнения работы (чем сложнее, тем выше коэффициент,  $k_1 \geq 1$ );

$k_2$  – коэффициент психологического напряжения в коллективе (чем больше напряжение, тем ниже значение коэффициента,  $k_2 \leq 1$ );

$k_3$  – коэффициент, характеризующий заинтересованность персонала в максимизации прибыли (чем больше заинтересованность, тем выше коэффициент,  $1 \leq k_3 \leq 1$ ).

Итак, предлагается к рассмотрению обобщённый показатель эффективности использования труда персонала на предприятии, обосновывающий сколько благ производит человек с учётом затрат на него с количественной и качественной стороны (формула 1.2).

$$\text{Эт} = \frac{\text{Вр}_\text{ч или Т}_\text{о}}{\frac{\text{ФОТ}_{\text{упр}}}{\text{ч}_{\text{упр}} \times k_1 \times k_2 \times k_3} + \frac{\text{ФОТ}_{\text{всп}}}{\text{ч}_{\text{всп}} \times k_1 \times k_2 \times k_3} + \frac{\text{ФОТ}_{\text{осн}}}{\text{ч}_{\text{осн}} \times k_1 \times k_2 \times k_3}}, \quad (1.2)$$

где Эт – эффективность труда;

Вр<sub>ч</sub> – чистый доход от реализации продукции (в производстве);

Т/о – товарооборот (в торговле);

ФОТ<sub>упр,всп,осн</sub> – расходы на оплату труда управленческого, вспомогательного и основного персонала предприятия соответственно;

Ч<sub>упр,всп,осн</sub> – численность управленческого, вспомогательного и основного персонала предприятия соответственно;

$k_{1,2,3}$  – поправочные коэффициенты.

Данная модель предлагается к применению на предприятиях ДНР, т.к. является достаточно простой в использовании и универсальной. Таким образом, внедрение предложенных формализованных показателей эффективности человеческого капитала на макроуровне и на микроуровне обеспечат прирост информативности о развитии экономической системы в условиях актуализации внимания к труду с экономической точки зрения.

### Список использованной литературы

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». – Донецк, 2017. – 84 с.

2. [Электронный ресурс]. Деловой портал DNR-LIVE/2017г. Режим доступа: <http://xvesti.ru/social-news/3179-zarplata-dnr.html>

*Гутник П.В., ассистент*

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

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ**

Реформирования процесса воспитания в высшей школе, а также попытка найти наиболее эффективный путь к достижению его конечного результата – сформировать и дать направление личности будущему специалисту – в последние годы актуальны как никогда ранее. Пристальное внимание уделяется навыкам, интересам и ценности, с которыми связана их профессия.

До того, как рассматривать аспекты профессионально-личностного обучения, существенно остановиться на понятии “профессия”. Оно подчёркивает суть профессиональной деятельности. Понятие “профессия” многозначно: “... профессия – совокупность всех людей, занятых данным видом труда”; “профессия – это долгое время существующий, кодекс трудовых обязанностей”; “профессия – объективная и регламентированная организация действий личности”.

Профессией также называют “необходимую для общества и ограниченную (вследствие разделения труда) область приложения физических и духовных сил человека, дающую ему возможность существования и развития”; а, следовательно, профессия может характеризоваться как “система знаний, умений и навыков, присущая определённому человеку”. Эти значения раскладывают социальную, экономическую, правовую, психологическую и физиологическую сущность профессии как сложного много признаков явления, обуславливающего профессиональную деятельность субъекта труда. Под профессиональной деятельностью понимается сложный много признаков объект, представляющий систему, основным компонентом которой, обеспечивающим её жизнедеятельность, является субъект труда, осуществляющий взаимодействие всех компонентов системы с учётом многообразия признаков, отражающих её специфику. Основополагающими признаками профессиональной деятельности является её социальный характер, обусловленный, с одной стороны, развитием производственных сил и производственных отношений, а, с другой, - субъективным отражением этих отношений личностью; целесообразность объективно предметной реальностью; субъективные признаки трудового процесса (предмет, задачи, орудия и условия труда), обуславливающие конкретную профессиональную деятельность человека. Таким образом, под профессионально- личностным обучением понимается

процесс освоения студентами знаний, навыков и умений, способствующих скорейшей адаптации к профессиональной деятельности, а также развитие “личности” в процессе обучения; обретение ею профессионально-личностных ценностных ориентаций. Готовность студентов-выпускников к профессиональной деятельности – один из основных показателей эффективности работы вуза.

Задача повышения темпов и эффективности на базе ускорения научно-технического перевооружения и реконструкции производства может быть решена только высококвалифицированными специалистами. Период обучения в вузе – это не только время приобретения профессиональных знаний.

Все дисциплины вуза призваны сформировать эти качества у студентов за период обучения, используя специфические для каждого цикла наук методы и приемы. Дисциплина “иностранный язык” является одним из звеньев профессионально-личностного обучения, а также формирования адаптации студентов к профессиональной деятельности и накопления аксиологического потенциала будущего специалиста в неязыковом вузе. Дисциплина обеспечивает будущему специалисту доступ к зарубежным источникам информации без чего зачастую немислима не только исследовательская деятельность специалиста, но и практическая.

Чтение оригинальной иноязычной литературы по специальности значительно повышает интерес у студентов к изучению иностранного языка, способствует развитию профессиональных навыков, ибо оно является одной из мотивационных предпосылок процесса обучения данному предмету в неязыковом вузе. Преподавание иностранного языка должно быть поставлено так, чтобы неразрывная связь его со всем учебным процессом, формирующим специалиста, была ясна, целесообразность изучения языка – очевидна, польза доказана, роль – осознана.

Вместе с тем, рассматривая иностранный язык как учебную дисциплину в вузе, не следует упускать из виду функцию иностранного языка как средства формирования профессиональной направленности, т.е. интереса к своей будущей профессии и стремления получить знания по возможно большему количеству коммутационных каналов, одним из которых в таком случае становится владение иностранным языком, обеспечивающее возможность знакомства с достижениями в профессиональной области за рубежом.

В данном аспекте целесообразно упомянуть о коммуникативном походе обучения иностранному языку. Его цель состоит в том, чтобы заинтересовать студентов в изучении иностранного языка посредством накопления и расширения их знаний и опыта. Это привлекает студентов путем сосредоточения на интересующих обучаемых темах и предоставляет им возможность выбора тестов задачи для достижения целей программы.

Создание коммуникативности в обучении требует времени, необходима поддерживающая социально-психологическая атмосфера, характеризующаяся духом взаимопомощи, при котором изучение иностранного языка является социально-обусловленным опытом. Говоря словами Pieho Н.Е.: “Средством

выражения является сообщение – акт учебных взаимодействий, извлекаемых в процессе понимания и непонимания, проб и ошибок, передачи смысла и значимости основных идей, тем, тестов, чувств и т.п., индивидуальных различий восприятия”.

#### **Список использованных источников**

1. Кулагина С.Г. Поликультурное образование личности и интеркультурная коммуникация. Вестник ОГ, №3, 1999. с.38-41
2. Pieho, H.E., 1986. “Some basic problems of communicative foreign language learning”, Report on Council of Europe workshop 2, April, 1986, FRG., стр 6.
3. Брудный В.И. “Профессиональная и социально-психологическая адаптация студентов и молодых специалистов НИИВШ”. Москва, 1986 с.3-45.
4. Метельский В.Б., Никитин Э.Н., Пателеймонов И.Е. “Профессионально-практическая подготовка студентов инженерных специальностей”. Киев, 1991 с. 41-53.
5. Фоксин Ю.Г. “Способы ускорения формирования профессиональной деятельности у студентов на базовой кафедре”. М.; НИИВО, 1993. 43 с.
6. Аверин В.А., Козыревская Я.П.; Борощёв В.Ф. “Личность студента и успешность его обучения в вузе” Н. Новгород; 1991. 123с.
7. “Профессиональная направленность обучения ин. языков и её роль в подготовке инженерных кадров”; сб. научн. трудов, Ташкент, 1991. 113с.

*Давыденко Э.Н.*

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

### **СОЦИАЛИЗМ КАК ЭТИЧЕСКОЕ УЧЕНИЕ В ФИЛОСОФСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ М. И. ТУГАН–БАРАНОВСКОГО**

«...Мечтатель, вооруженный огромным научным богатством, оставивший нам богатое духовное наследство, проникнутый великой любовью к человеческой личности, указавший нам идеал, руководствуясь которым, человек сумеет, наконец, не завоевать, а честно заработать и укрепить свою подлинную свободу». Интерес М.И. Туган-Барановского к философии не был связан с радикальной утратой духовных ценностей и ориентиров. Напротив, в его лице мы видим перед собой уникально цельную и устойчивую натуру с гуманистическим мировоззрением, основные принципы которого на протяжении всей жизни ни разу не были поставлены им под сомнение.

Социализм как этическое учение является одной из центральных тем философского творчества Туган-Барановского. Одна из интереснейших и самобытных его идей – представление о социализме как «надисторическом идеале человечества», содержание которого менялось из века в век, но в котором во все времена концентрировались предельно всеобщие представления

о той или иной эпохе о разумном и справедливом. В рамках такого подхода русский экономист получил возможность ввести проблематику социализма в контекст фундаментального философского поиска со времён Платона и вплоть до Канта и Гегеля. Эпицентром был вопрос об объективном содержании человеческих идеалов, источником которых не может быть окружающий мир, ибо идеалы не выводятся из действительности, а предписываются ей. Перед Туган-Барановским эта проблема встала в виде вопроса о позитивном содержании социализма как учения об определённом, реально осуществимом государственном устройстве, органически сочетающем в себе высочайшую экономическую эффективность с реализацией абсолютных нравственных ценностей человека, императивный характер которых был гениально обоснован Кантом. Обоснование неизбежности социализма по своему внутреннему, логико-метафизическому существу, оказывается в концепции русского ученого весьма близким знаменитому кантовскому моральному доказательству Божьего бытия. Отсюда вытекал его совершенно особый интерес к истории социалистических учений. Им была разработана классификация систем социализма (государственный, синдикальный, коммунальный, анархический) и коммунизма (государственный, коммунальный, анархический).

Как критик абсолютистских притязаний научной рациональности Туган-Барановский был ближе всего к Канту, вызывавшему в его душе неподдельный восторг. Тем не менее, Михаил Иванович никогда не разделял гносеологический скептицизм европейского неокантианства – известного учения о непознаваемой «вещи в себе». Как ученый-практик он не мог позволить себе сомневаться в объективности результатов науки, но тем интереснее становится его приверженность кантовскому этическому учению, выросшему из абсолютного противопоставления трансцендентальному идеализму внутреннего мира человеческого «Я» внешнему чувственному миру.

Туган-Барановский считал кантовское учение об этическом идеале непревзойденным шедевром общественной мысли Нового времени. Однако и в отношении к своему любимому философу его пытливая натура не позволила ему довольствоваться ролью ортодоксального последователя и ученика. В своей работе «Социализм как положительное учение» он пишет: «Только стройная, строгая неумолимо последовательная и логическая теория Канта даёт прочное, как гранит, обоснование требования равенства...». Правда, сам Кант, давший незыблемое теоретическое обоснование социализма, отнюдь не был социалистом. «Под формулой доктрины ему было тесно, а душе его душно». В своей «Методике нравов» он защищает право собственности на землю и другие средства производства. Но если есть какое-либо положение, твёрдо установленное социалистической критикой, то это то, что право частной собственности на средства производства по неумолимым законам хозяйства неизбежно превращается в право эксплуатации одними людьми других, неизбежно ограничивает свободу личности трудящегося человека, обращает в пустую юридическую фикцию прирождённое равенство всех. Иными словами, «частная собственность на средства производства – не совместимо с правом

человека на свободу и равенство» (М.Н. Туган-Барановский. К лучшему будущему – М., 1966. – стр. 273).

Михаил Иванович считал, что гибель капитализма не только возможна, но и неизбежна не в силу абсолютных границ его экономического роста, а в силу неизбежности развития при его господстве идеалов человеческой свободы, распространения правовых и этических воззрений, признающих всякую человеческую личность, без различия, величайшей ценностью мироздания. Буржуазное общество объективно низводит человека до простого хозяйственного средства, превращая его в простой придаток самовозрастания капитала, вступает тем самым в чудовищное противоречие со своим собственным этическим мировоззрением, что и предопределяет его неотвратимую гибель, как ни парадоксально, но эта гибель, хотя и неизбежна, однако не может быть предвидима с сугубо научной строгостью и всецело научным путём. Туган-Барановский, вслед за Кантом считал, что там, где речь заходит о свободе, наука, знающая лишь необходимость, оказывается бессильна.

Поэтому обоснование неизбежности социализма по-своему внутреннему, логико-метафизическому существу, оказывается концепции моральному доказательству бытия Бога, изначально утверждающему свой вне научный статус, но при этом претендующему на строгую обоснованность своего утверждения.

Всецело научная ориентация марксизма, отказ последнего от сознательного исследования в своих программах ценностно-этического подхода рассматривалось Михаилом Ивановичем как наиболее слабые черты этого учения, которое проигнорировало кантовское признание человеческой личности целью в себе, верховной целью, которая не должна никогда и ни в каком случае становиться средством для чего либо другого.

Русский экономист, анализируя нравственное мировоззрение Ф.М. Достоевского, пытается обосновать тезис о ценности каждого человека, о каждой личности как святыне. Никакого логического основания для этого, считает он, привести нельзя, как нельзя привести логического основания для всего того, что существует собственной своей силой, независимо от нашей воли. Факт тот, что наше нравственное сознание непобедимо утверждает нас святость человеческой личности, таков нравственный закон. Каково бы ни было происхождение этого закона, он столь же реально существует в нашей душе и не допускает своего нарушения как любой закон природы. Раскольников попробовал его нарушить и пал. И так должен пасть каждый, кто обладая нравственным сознанием, нарушит нравственный закон.

Этот нравственный закон, подчеркивает Михаил Иванович, провозглашает, что всякая человеческая личность есть верховная святыня совершенно независимо от того, каковы моральные достоинства этого человека. Самый низкий и самый преступный человек такая же бесконечная ценность, как и самый высокий. Всякий человек есть цель в себе и не есть



средство для той или другой воли. В этом смысле все люди равны между собой, как бы они не были различны и не равны в других отношениях. Ибо от святого до злодея существует бесчисленное множество незаметных переходов. На какой же из этих ступеней личность человека становится священной? Ответ один. Или все личности священны, и никто не вправе посягать на их честь, достоинство, свободу, счастье, жизнь, – или никакая из них.

Таким образом, М.Н. Туган-Барановский сформулировал последовательные этико-гуманистические идеи о человеке и обществе. Он был уверен, что слабый человек может стать сильнее. Именно к этому надо стремиться, твёрдо веря в возможность возвышения человека. Как ни низко порой стоит человечество, но в своём историческом развитии оно идёт не вниз, а вверх, и никто не может сказать, как далеко оно зайдёт в этом движении. Именно в этом постоянном движении и самосовершенствовании заключается жизнь.

#### **Список использованных источников**

1. Туган-Барановский М.Н. Социализм как положительное учение. – Пг., 1918.
2. Туган-Барановский М.Н. Русская революция и социализм. – Пг., 1917.
3. Туган-Барановский М.Н. К лучшему будущему – М., 1966.

*Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

#### **МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ М.И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД**

Анализируя особенности методологии экономических исследований М.И.Туган-Барановского, мы ещё раз убеждаемся в том, что прогресс научных знаний в конечном итоге определяется действием основных законов диалектики. Эти законы не перестали быть актуальными со времени их осмысления человечеством. Именно на фундаментальной основе научной методологии только и возможно прогрессивное развитие теории, которая, в свою очередь, призвана обеспечить прогрессивное развитие общества. Теории и концепции М.И.Туган-Барановского, базирующиеся на законах диалектики и не утратившие своей актуальности в наше время – блестящее подтверждение тому. Актуальность проблемы методологии экономической науки в целом определяется, по крайней мере, двумя факторами: во-первых, научное обоснование методологии – это вопрос существования науки как таковой. Вопрос предмета и метода – это вопрос бытия науки; во-вторых, как ни парадоксально это звучит, абсолютной (вечной) актуальностью законов диалектики как метода научного познания.

В этой связи нельзя обойти вниманием небольшую по объёму, но очень ёмкую по содержанию работу Туган-Барановского «Методология политической экономии», опубликованную в журнале «Образование» в декабре 1908 года, а также главу II «Методология политической экономии» в фундаментальном научном труде «Основы политической экономии» [1]. Учёный подчеркивал: «Научное познание мира ... сводится к двум задачам – описанию явлений и объяснению их. Описание есть первая ступень научного познания. ... Объяснение явлений есть второй шаг познания, – ибо раньше, чем приступить к объяснению их, эти явления ... должны быть зафиксированы сознанием, в чём и состоит цель описания. Прежде, чем объяснить что-либо, нужно знать, что именно подлежит объяснению» [1, с.28].

Итак, описанием не заканчивается научное исследование. Задача науки – объяснить существующие явления и процессы, установить их связь и противоречия, установить причинно-следственные связи явления, и «политическая экономия тем именно и отличается от других общественных наук, что она с большим или меньшим успехом даёт общие причинно-функциональные объяснения изучаемого ею круга явлений» [1, с.42]. М.И.Туган-Барановский подчёркивал, что открытие причинных законов происходит на основе методов индукции (восхождения от частного к общему, анализа фактов) и дедукции (объяснения частных случаев на основе общей теории). При этом в отличие от индукции он считал дедукцию «господствующим методом» политической экономии при открытии функциональных зависимостей изучаемого ею круга явлений.

Следует иметь в виду, что мир вещей и явлений бесконечно многообразен. Поэтому «стремление познать природу путём отражения её в нашем сознании в таком виде, в каком она нам является, заключает в себе внутреннюю невозможность» [1, с.29]. Следовательно, задачей науки является отбор немногих признаков для построения общих понятий. А это возможно на основе абстракции. Абстракцию М.И.Туган-Барановский считал методом всех наук. На этом основополагающем методе только и возможно сформировать логическую систему общих и частных признаков явления, возможна их классификация, которой, с точки зрения учёного, заканчивается научное описание. «Абстрактная и конкретная части экономической науки проникают друг в друга и практически неотделимы» [1, с.50].

Подчёркивая значение логического метода исследования, Туган-Барановский утверждал, что выводы абстрактной теории должны быть подтверждены практикой. Поэтому весьма важно опираться на логику. В связи с этим учёный сделал замечание о том, что плохой экономист вместо логического опровержения той или иной теории возражает против неё, ссылаясь на факты, и это «является доказательством лишь убожества теоретической мысли этих экономистов» (!) [1, с.47].

Представляет интерес методология анализа М.И.Туган-Барановским соотношения объективного и субъективного в исследовании экономических явлений. Он справедливо подчёркивал, что на теоретические выводы влияют

цели и практические интересы различных социальных групп общества. «У каждого общественного класса есть свои особенные экономические интересы, не совпадающие с интересами других классов» [1, с.38]. В этих условиях естественно теоретическое несовпадение объяснения экономических проблем общества. Однако «мы признаём единственно законной и приемлемой точку зрения трудящегося человека – не потому, что ... становимся на почву определённого частного интереса, а потому, что частный интерес трудящегося человека совершенно совпадает с верховной этической идеей – абсолютной ценности человеческой личности. Доход нетрудящегося человека основывается на том, что кто-то другой работает на него... . Напротив, трудящийся человек никого не превращает в средство своей цели, и, значит, его поведение согласовывается с принципом равноценности человеческой личности» [1, с.39]. В этой связи учёный пришёл к выводу о том, что этические побуждения (бессознательно) обусловили призыв К.Маркса и Ф.Энгельса к защите интересов пролетариата – класса, «к которому они отнюдь не принадлежали». А призыв к классовой борьбе, которую они считали «злом с точки зрения высшего идеала» они рассматривали как средство «исчезновения классов, классового эгоизма и классовой борьбы» [1, с.40].

#### **Список использованных источников**

1. Туган-Барановский М.И. Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии /М.И.Туган-Барановский / Избранные сочинения. В 2-х томах. науч. ред. и автор вступ. статьи Л.И.Дмитриченко. – Т.2. – Донецк: ДонНУЭТ, 2004. – 686 с.

*Дмитриченко Л.А., к.э.н., доцент*

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

#### **ПРОБЛЕМЫ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В РАБОТАХ М.И. ТУГАН- БАРАНОВСКОГО**

Широта диапазона научных исследований М.И. Туган-Барановского определила роль и место учёного в мировой и отечественной науке. Среди многих аспектов анализа социально-экономических проблем можно выделить следующие наиболее важные концепции и теории:

- теорию экономических циклов и кризисов;
- системное исследование закономерностей развития капитализма;
- своеобразную концепцию кооперации;
- теорию разделения труда и торговли.

Уже при первом подходе к изучению огромного теоретического наследия М.И. Туган-Барановского можно заметить, что все обоснованные ним теории и концепции взаимосвязаны. Причём их объединяет методология научного исследования, на принципах которой учёный строит авторские теории и

концепции. Именно научность методологии исследования обусловила не только собственно взаимосвязь рассматриваемых проблем, но и логику их взаимосвязи. А это, в свою очередь, обусловило актуальность для современного общества проблем, поднятых М.И.Туган-Барановским. Так, обоснование закономерностей развития капитализма (который имеет место в современном обществе и продолжает эволюционировать, приобретая новые черты) невозможно без исследования проблемы разделения труда. Разделение труда, с одной стороны, обусловило обмен и развитие торговли, а с другой стороны – вызвало необходимость кооперации труда. Изучение закономерностей развития капитализма поставило вопрос о противоречиях этой системы отношений. Одной из форм проявления противоречий стало циклическое развитие экономики и возникновение феномена экономических кризисов. Таким образом, учение М.И. Туган-Барановского по праву оценивается как системное, комплексное социально-экономическое исследование. При этом важно подчеркнуть, что оно основано на глубоком знании истории экономики и истории экономической мысли.

Во всём многообразии теоретического наследия М.И. Туган-Барановского особое место занимает исследование производства, концепции разделения и кооперации труда. С разделением и кооперацией труда учёный связывал развитие производительных сил общества (в частности, капитализма) и обострение его противоречий. Главной «фигурой» производства, главной производительной силой он считал человека. «Единственным активным деятелем в процессе производства, – писал М.И.Туган-Барановский, – является человек» [1, с.150] При этом не отвергал, а особо подчёркивал роль и значение машинного производства (сложного сотрудничества, технического разделения труда) и антагонистический характер использования машин при капитализме.

Анализ разделения труда, его форм и социально-экономических последствий М.И.Туган-Барановский осуществил во II отделе его объёмного научного труда «Основы политической экономии», который издавался при жизни автора 5 раз! [1]. Этот анализ учёный сопровождает глубоким исследованием этапов развития производительных сил – от домашнего хозяйства, ремесла, мануфактуры – до возникновения фабрики. При этом М.И.Туган-Барановский не ограничивается исследованием лишь промышленной составляющей, а отражает процесс развития земельной общины, оценивает развитие форм отношений по поводу владения и пользования землёй, а также анализирует проблемы крестьянского хозяйства.

Опираясь на метод абстракции, учёный рассматривает процесс труда как таковой, подчёркивая, что хозяйственная деятельность «в современном обществе распадается на две ступени. На первой преодолевается сопротивление внешней природы, природа приспособляется нами к нашим целям; этот процесс называется производством. На второй, после того, как человек преобразовал природу в соответствии со своими потребностями, происходит обмен между различными собственниками произведённых продуктов» [1, с.150]. Таким образом, учёный акцентирует внимание на

общественной стороне труда. При этом важно обратить внимание на характеристику М.И.Туган-Барановским простого и сложного сотрудничества. Учёный подчёркивает, что даже формы простого сотрудничества (он выделяет три формы: товарищеский труд, скопление труда и сцепление труда) не только дают «возможность сообща пользоваться средствами производства, сберегать расходы по отоплению помещений, освещению и т.п.», но делают труд более производительным [1, с.167]. Сложное сотрудничество основано на общественном и техническом разделении труда.

С точки зрения М.И.Туган-Барановского, выгоды разделения труда при любом общественном строе состоят в лёгкости обучения специализированному труду; в возможности большего приспособления труда к индивидуальным способностям и силам отдельного человека; в возможности приспособления труда к особенностям внешней среды. Учёный подчёркивает, что с ростом общественного разделения труда «общество дифференцируется – распадается на обособленные общественные группы» [1, с.178].

#### **Список использованных источников**

1. Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии /М.И.Туган-Барановский / Избранные сочинения. В 2-х томах. науч. ред. и автор вступ. статьи Л.И.Дмитриченко. – Т.2. – Донецк: ДонНУЭТ, 2004. – 686 с.

2. Дмитриченко Л.И. Методология творческого наследия М.И.Туган-Барановского /Л.И.Дмитриченко/ Михайло Іванович Туган-Барановський: особистість, творча спадщина і сучасність /Під заг. ред. д.е.н., Шубіна О.О., д.е.н. Садекова А.А. – Донецьк: Каштан, 2007. – 356 с.

**Жук О. О.**

**Руководитель: старший преподаватель Лукашова М. А.**  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

#### **КЛЮЧЕВЫЕ ДЕФИНИЦИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

На современном этапе развития общественно–историческому процессу присущи глобализация и динамизм, которые, с одной стороны, способствуют увеличению темпов экономического роста и тем самым обеспечивают возможность удовлетворять потребности все большего числа населения планеты, а с другой – влекут за собой неопределенность и неустойчивость развития, выступают дестабилизирующим фактором, существенно осложняющим управление социально–экономическими системами. [4]

Усиление влияния глобализации придает проблеме перехода социально-экономических систем на модель устойчивого развития особую остроту,

вызывая повышенный интерес к ней как отечественных, так и зарубежных авторов.

Сегодня многие ученые называют человечество «Обществом риска», в котором средства, обеспечивающие жизнедеятельность людей, также являются средствами её разрушения. Отказ от создания «устойчивого общества» может привести к деградации не только природы, но и человека. [1] Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Проведенный контент – анализ литературных источников по вопросам устойчивого развития позволил определить архитектуру понятия (рис 1).

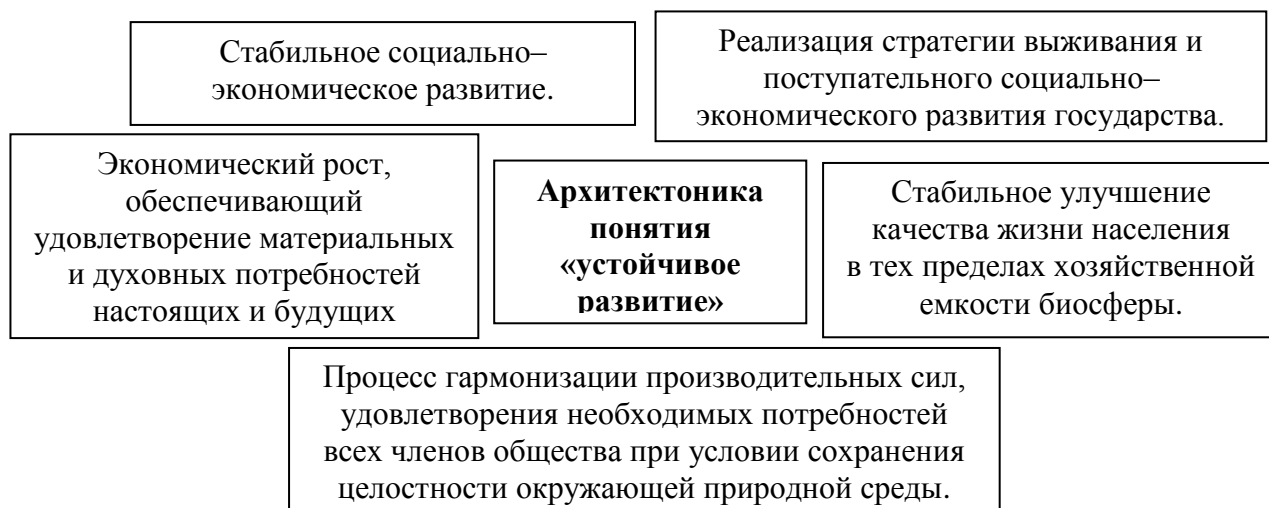


Рис. 1. Сущностная архитектура понятия «продовольственная безопасность» (определены автором на основе обобщения [1, 2, 3, 4])

Подводя итоги можно сделать вывод, что концепция устойчивого развития предполагает анализ как минимум трех аспектов устойчивости хозяйственной системы: экономического, экологического и социального. Анализ каждого из этих аспектов требует использования специальных показателей, измеряемых с помощью различных величин.

Таким образом, учитывая вышеизложенные подходы к определению устойчивого развития различных авторов предлагается следующая трактовка устойчивого развития: «устойчивое развитие – это процесс сбалансированного экономического, социального и экологического развития, при котором обеспечивается экономический рост и соблюдаются условия экологических критериев воспроизводства природной среды с учетом требований нынешнего и будущего поколений».

Данная трактовка нами считается наиболее достоверной и наилучшей, так как она в полном объеме раскрывает все аспекты и компоненты устойчивого развития.

### **Список использованных источников**

1. Акимова, Т. А. Основы экономики устойчивого развития. Учебное пособие для вузов. Гриф МО РФ / Т.А. Акимова. – М.: Экономика, 2018.
2. Базарова, Л. А. Менеджмент устойчивого развития компании / Л.А. Базарова. – М.: АСВ, 2015.
3. Мюррей, П. Индивидуальный подход к устойчивому развитию / П. Мюррей. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2017.
4. Харитонов, А. С. Новая парадигма устойчивого развития / А.С. Харитонов. – М.: ИАЦ Энергия, 2017.

**Залата Е. Я.**

**Научный руководитель: Сухина И. Г., канд. филос. наук, доцент**  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Современный этап развития рыночных отношений и рыночной экономики характеризуется значительным ужесточением конкуренции. Предприятие должно быть конкурентоспособным, чтобы выжить в современных условиях.

Конкурентоспособность – это сложная и универсальная экономическая стратегия, которая включает различные компоненты деятельности предприятия [2, с. 16].

В целом, можно сказать, что конкурентоспособность предприятия – это преимущество перед другими компаниями, которые производят аналогичные продукты и услуги, позиционируя их и себя на рынке.

Важную роль в повышении конкурентоспособности предприятия играет успешная маркетинговая политика – стратегический план, согласно которому строится вся программа работы по продвижению товаров и услуг, и который позволяет определить основные направления в продвижении товаров или услуг на рынке, а также разработать для этого конкретные программы.

Фундаментальной основой маркетинговых решений является товарная политика – совокупность мероприятий, направленных на последовательное достижение предпринимательских целей, связанных с позиционированием товара на рынке. Исходя из товарной политики, определяются решения, связанные с реализацией продукции и средствами ее продвижения на рынке.

Товар является главным экономическим объектом на рынке. Он имеет стоимость и покупательную ценность, обладает определенным качеством, технологическим уровнем и надежностью и другими характеристиками [1, с.29].

Цена является следующей важнейшей экономической составляющей, которая оказывает значительное влияние на конкурентоспособность товара или предприятия. Как свойство товара, цена занимает особое место в маркетинге и лидирующую позицию в его комплексе.

Уровень цен напрямую определяет ценовую конкурентоспособность продукции предприятия. Чем ниже уровень, тем более конкурентоспособен рынок. И наоборот, более высокие уровни цен снижают ценовую конкурентоспособность товара, часто сводя его к нулю.

Сбытовая политика товаропроизводителя с одной стороны связана со спросом на целевом рынке, а с другой стороны – с его собственными производственными, а также сбытовыми, финансовыми, организационными, управленческими и другими возможностями и ресурсами.

Данная политика должна максимально соответствовать потребностям и запросам клиента, обеспечивать максимальное удобство для него, принимая во внимание влияние и давление со стороны конкурентов. Если сбытовая политика конкурента более эффективна, производитель может, либо покинуть целевой рынок, либо может изменить свою специализацию [3, с.157].

Коммуникационная политика – это один из элементов маркетинга, и она является обязательным условием успешного функционирования предприятия. Особенная значимость коммуникации в современных условиях обусловлена насыщением рынка различными товарами, разнообразием потребительских интересов, формами и методами конкуренции, развитием таких составляющих коммуникации, как сбор, хранение, обработка и передача информации и т.д.

В целом для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо использование следующих инструментов маркетинга:

1. Качество продукции, ее повышение. Совокупность свойств и характеристик продукта, которые связаны с возможностью эффективного удовлетворения явных или подразумеваемых потребностей.

2. Упаковка товара. Внешняя оболочка товара, которая не только выполняет функции его хранения и защиты, но и презентует бренд предприятия.

3. Реклама. Коммуникативное уведомление предприятием потенциальных покупателей, потребителей продукции о ее качестве, преимуществах, достоинствах и т.д., а также о заслугах предприятия – ее производителя.

4. PR-мероприятия. Тщательно спланированные, постоянные усилия по установлению и укреплению взаимопонимания между предприятием и общественностью (общественным мнением).

5. Продвижение сайта. Создать сайт в едином имиджевом стиле предприятия и позиционирование его в киберпространстве. Это предоставит потенциальным клиентам, инвесторам или партнерам необходимую информацию.

6. Дегустация продукции. Это рекламная акция, когда потенциальным покупателям/потребителям предлагается бесплатно ознакомиться с вкусовыми характеристиками товара, и сделать выводы о его качестве.



Эти инструменты позволят укрепить позиции предприятия на рынке, сформировать его позитивный имидж и презентировать его актуальные и потенциальные конкурентные преимущества. Этот инструментарий является не просто условием достижения высокого уровня конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг, а собственно стратегией этого целедостижения, которую можно квалифицировать именно как маркетинговую.

#### **Список использованных источников**

1. Граумани И. Исследование рынка и наблюдение за конкурентами: Маркетинг / И.Граумани // Консультант директора. – 2005. – №5. – С. 27–36.
2. Калашникова, Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15–18.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер; пер.с англ. – М.: Прогресс, 2007. – 340 с.

*Зимников В.О.*

*Научный руководитель: Пятаченко А. М., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

### **ФОРМУЛА ШТАЙНМАЙЕРА КАК РЫЧАГ УРЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТА НА ДОНБАССЕ**

Спокойная и мирная жизнь является основной целью каждого государства и его правительства. В сложившихся сложных социально-политических условиях, в которых оказался Донбасс и обуславливает актуальность изучения вопроса мира на территории государства.

Речь о, так называемой, «Формуле Штайнмайера» зашла еще в 2015г., как вариант урегулирования вооруженного конфликта на территории ДНР и ЛНР. На сегодняшний день, после ее подписания, она стала крайне актуальной. Многие политические деятели имеют огромное множество различных мнений по этому поводу. Что же такое «Формула Штайнмайера»?

Формула Штайнмайера – один из предложенных вариантов выполнения минских соглашений, подписанных в 2015г., по урегулированию ситуации на Донбассе. Озвучен он был, на то время действующим главой Министерства Иностранных Дел Германии Франком-Вальтером Штайнмайером.

Стимулом образования формулы Штайнмайера были разногласия позиций Украины и России по поводу выполнения минских соглашений.

Предложение со стороны Киева предполагало изначальное прекращение боевых действий и вывод всех незаконных вооруженных формирований с оккупированных территорий и возвращение контроля над границей. При выполнении выдвинутых требований, Киев готов рассматривать особый статус

Донбасса и согласен на местные выборы. Однако Россия настаивала на обратном.

Предложение Штайнмайера состоит в следующем:

- изначально, Украина принимает закон «Об особом порядке проведения местных выборов на неподконтрольных территориях»;
- затем проходят местные выборы;
- в случае подтверждения ОБСЕ полную демократичность выборов и их соответствие международным стандартам, особый статус в Отдельных Районах Донецкой и Луганской Областей временно вступает в силу;
- далее особый статус закрепляется в Конституции;
- затем контроль над границей переходит Украине обратно.

Канцлер Германии Ангела Меркель 2.10.2019г. назвала согласование «формулы Штайнмайера» прогрессом, но при этом было сделано заявление о невозможности снятия санкций с Российской Федерации. Украинская сторона поддержала «Формулу Штайнмайера». Данное соглашение вызвало много противоречивых мнений как среди бывших представителей власти Украины так и среди мирного населения. Однако, мирное население Донбасса, несмотря на различные протесты в столице Украины г. Киеве, надеются на выполнение взятых обязательств.

Подводя итоги, можно говорить о том, что подписание Формулы Штайнмайера уже является прогрессом в урегулировании военных действий, а также данное соглашение положило начало завершению вооруженного конфликта.

#### **Список использованных источников:**

1. Пояснительная записка: Что такое формула Штайнмайера? /112. ua;
2. Прогресс по формуле Штайнмайера есть, снимать с РФ санкции рано — Меркель // Интерфакс-Украина, 02.10.2019
3. Українська влада наразі перекреслила домовленості на саміті в Берліні 2016 року – Єлісєєв. <https://dt.ua/>. Дзеркало тижня (2 октября 2019). Дата обращения 2 жовтня 2019.

***Ильченко Ю.А.***

***Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»***

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ**

Исследование в области мирового экономического сотрудничества является актуальным вопросом в настоящее время. Одной из ведущих организаций в данной сфере выступает Организация экономического

сотрудничества и развития. Она была создана для регулирования проектов экономической реконструкции Европы в рамках плана Маршалла. Также известна как «Клуб развитых стран». ОЭСР является форумом, в рамках которого правительства стран-членов имеют возможность обсуждать, разрабатывать и регулировать экономическую и социальную политику, обмениваются опытом, ищут способы решения общих проблем и вырабатывают согласованную внутреннюю и внешнюю политику. Штаб квартира ОЭСР находится в Шато де ла Мюетт, в Париже. Генеральным секретарем организации является Хосе Анхель Гурриа Тревиньо [1].

Организация европейского экономического сотрудничества (ОЕЕС) была создана в 1948г. для осуществления финансируемого США плана Маршалла по восстановлению континента, разрушенного войной. Заставляя отдельные правительства признать взаимозависимость своих экономик, он проложил путь к новой эре сотрудничества, которая должна была изменить лицо Европы. Будучи воодушевлены ее успехом и перспективой продолжения ее работы на глобальной арене, Канада и США присоединились к членам ЕАЭС в подписании новой Конвенции ОЭСР 14 декабря 1960 года. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) была официально учреждена 30 сентября 1961 года, когда Конвенция вступила в силу. К ней присоединились и другие страны, начиная с Японии в 1964 году. Сегодня 36 стран-членов ОЭСР во всем мире регулярно обращаются друг к другу для выявления проблем, их обсуждения и анализа, а также для содействия политике по их решению. За пять десятилетий, прошедших с момента создания ОЭСР, национальное богатство США выросло почти в три раза, рассчитанное в пересчете на валовой внутренний продукт на душу населения. В других странах ОЭСР наблюдался аналогичный, а в некоторых случаях даже более впечатляющий прогресс [1,2].

Так же, как и страны, которые еще несколько десятилетий назад были всего лишь второстепенными игроками на мировой арене. Бразилия, Индия и Китайская Народная Республика стали новыми экономическими гигантами. Все три из них, наряду с Индонезией и Южной Африкой, являются ключевыми партнерами организации и вносят свой вклад в ее работу на устойчивой и всеобъемлющей основе. Вместе с ними ОЭСР объединяет за своим столом 39 стран, на которые приходится 80% мировой торговли и инвестиций, что придает ей центральную роль в решении проблем, стоящих перед мировой экономикой. Они охватывают весь земной шар, от Северной и Южной Америки до Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона.

В своей работе и действиях организация руководствуется следующими основными ценностями: Главной целью организации является проведение анализа и дача рекомендации на основе независимых и фактических данных. Организация призывает к обсуждению и общему пониманию важнейших глобальных проблем. Также она выявляет и решает возникающие и долгосрочные проблемы на основе доверия, герметичности и транспаранте. Для

того, чтобы государство стало членом ОЭСР она должна обладать следующими качествами:

- открытой рыночной экономикой;
- следовать в политике принципами демократического плюрализма;
- соблюдать права человека и демонстрировать волю и возможности выполнять требования организации [2].

Эта организации помогаем регулировать и сообщать международные политические дебаты на глобальных форумах. Они вносят свой вклад практически во все направления работы G20 с данными, аналитическими отчетами, рекомендациями по политике и стандартами, а также сотрудничают с G7, Довильским партнерством, Азиатско-Тихоокеанским экономическим сотрудничеством (АТЭС) и Комиссией Африканского Союза, а также со многими другими участниками. Гарантируют руководство в ключевых областях по просьбе правительств, таких как уклонение от уплаты налогов, борьба с коррупцией и цифровая трансформация, которые могут быть решены только с помощью трансграничных подходов. Помогают развивать эффективное международное сотрудничество, которое улучшает экономические результаты и повседневную жизнь.

#### **Список использованных источников:**

1. OECD. org – ОЭСР [Электронный ресурс]. – Режим доступа < <http://www.oecd.org/>>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа < <https://studme.org/>>

*Кадыкова С.А*

*Научный руководитель: Сухина И.Г., канд. филос. наук, доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ**

Актуальность темы обусловлена тем, что финансовая система компании является стержнем в развитии и успешном социально-экономическом функционировании субъекта хозяйствования, а также необходимой предпосылкой роста и стабильности экономики страны в целом.

Цель статьи. Рассмотреть общую структуру финансовой системы компании для возможности определения финансовой системы как объекта управления.

Понятие «система» повсеместно используется в научных дисциплинах, в соответствии с системным подходом, и имеет различные определения и трактовки. Как правило, система – это совокупность взаимосвязанных элементов, которая обладает целостностью и средой («взаимодействующего») окружения.

Финансовая система представляет собой совокупность сфер и звеньев

отношений, обуславливающих формирование, распределение и использование денежных потоков, а также систему финансовых учреждений.

В целом, финансовая система состоит из двух подсистем, включающих государственные финансы и финансы субъектов хозяйствования.

В рамках рассматриваемой проблемы наибольший интерес представляют финансы субъектов хозяйствования.

Итак, финансовые ресурсы компании – это денежные средства, которые находятся в распоряжении организации и предназначены для обеспечения ее эффективной деятельности, для выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования работающих [2, с. 157].

Каждая компания представляет собой достаточно сложную производственно-экономическую систему с многосторонней деятельностью.

При этом к одному из приоритетных направлений деятельности компании следует отнести финансовое направление, охватывающее все аспекты финансово-хозяйственной деятельности и связанное с организацией, управлением и обеспечением развития финансовой системы компании.

Стоит отметить, что финансовая система компании включает в себя все виды и формы финансовых отношений, которые в зависимости от их экономического содержания можно разделить на отношения: между учредителями при создании компании; между компаниями, связанными с производством и реализацией продукции; между компанией и ее работниками, финансовой и банковской системой страны, страховыми организациями, инвестиционными институтами [1, с. 63-64].

Структура финансовой системы компании состоит из таких основополагающих элементов как финансовые службы и финансовые ресурсы.

Типовая структура финансовой системы компании представлена на рис. 1.

Долгосрочные цели управления финансами и развитие финансовой системы компании в целом, определяется финансовой политикой, которая формируется высшим руководством и реализуется специализированными службами.

Между целью и результатом лежит финансовый механизм как совокупность приемов и методов, направленных на обеспечение развития финансовой системы.

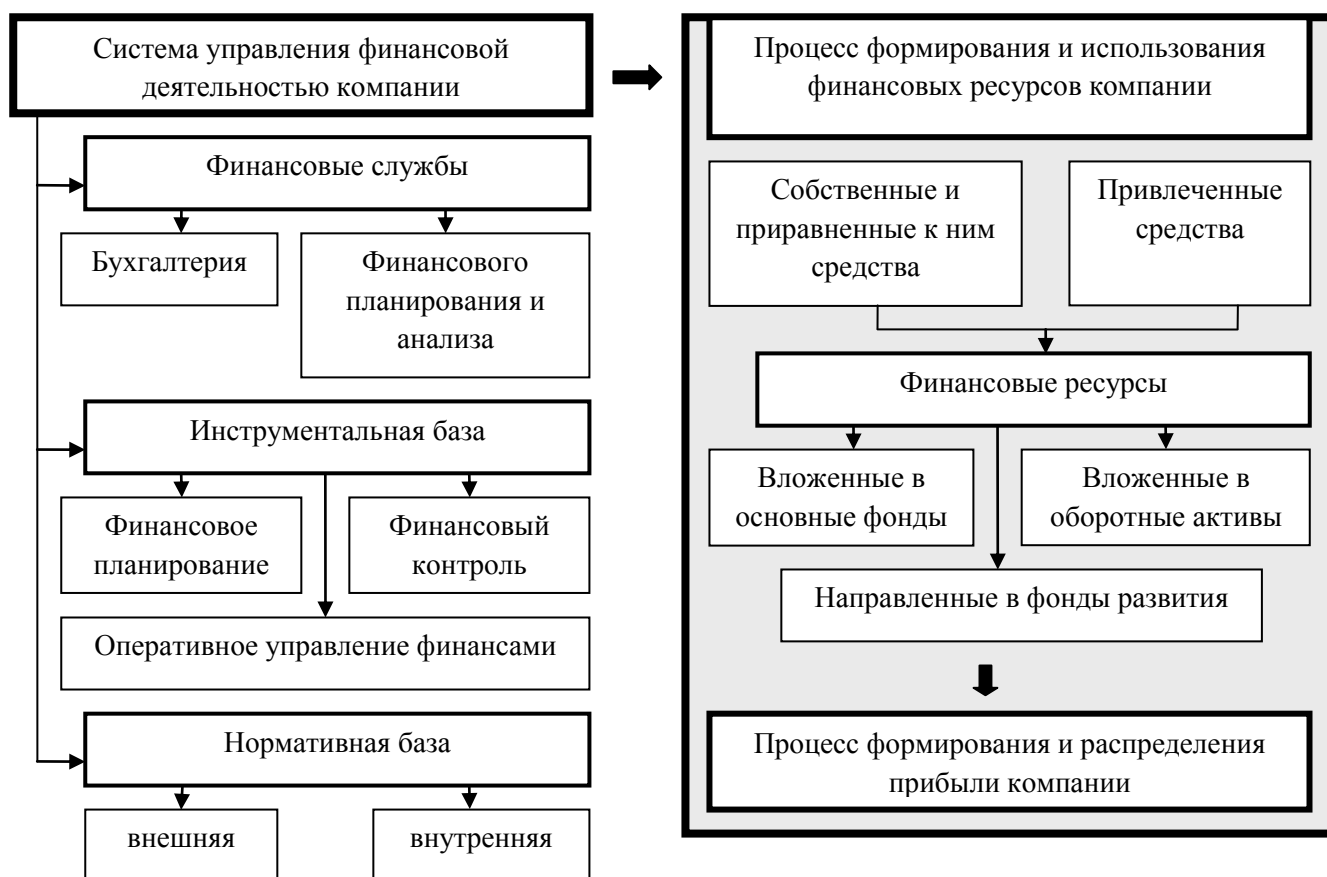


Рис. 1 Структура финансовой системы компании

Основными инструментами управления финансами компании являются финансовое планирование, оперативное управление финансами и контроль.

Таким образом, управление финансами компании – это процесс сознательного воздействия субъекта на объект с целью его развития и совершенствования, при этом органы управления финансами используют специальные приемы и методы воздействия на финансовые отношения и соответствующие им виды финансовых ресурсов.

Следовательно, финансовая система компании как объект управления – это финансовая деятельность компании, то есть все сферы и звенья финансовых отношений, их анализ, организация взаимосвязей и пути совершенствования.

Стоит также отметить, что финансы компании функционируют в рамках финансовой системы государства и являются ее основой, что представляет особую важность для развития экономики страны в целом. Значимость финансовых ресурсов для компании обусловлена тем, что финансы связаны с регулированием денежного оборота в рамках предпринимательской структуры.

#### Список использованных источников

1. Финансы, деньги, кредит: учебник / коллектив авторов ; под ред. М. А. Абрамовой, Е. В. Маркиной. – Москва : КНОРУС, 2017. – 432 с.
2. Бланк, И. А. Управление финансовыми ресурсами [Текст] / И. А. Бланк. – М. : Омега-Л, 2013. – 768 с.

*Калугина М.В.*  
*Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент*  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики*  
*и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ И СОТРУДНИЧЕСТВУ В ЕВРОПЕ**

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что именно безопасность государства является одной из главных целей общества. Именно Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) – одна из ведущих международных организаций в данной сфере. Целью организации является – предупреждение кризисных ситуаций и разрешение существующих конфликтов.

Штаб – квартира ОБСЕ находится в Вене, Австрия, её председателем выступает Мирослав Лайчак. Данная организация была основана 3 июля 1973 года. В настоящее время является крупнейшей международной организацией, в состав которой входят 57 стран-участниц [2].

Начальной точкой в истории ОБСЕ стал период разрядки международной напряженности начала 1970-х годов, когда было собрано Совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе (СБСЕ), основной задачей которого были переговоры между Востоком и Западом. 3 июля 1973 был подписан Хельсинский Заключительный акт СБСЕ, который зафиксировал принципы взаимоотношений стран-участниц. Этот документ был одним из важнейших шагов на пути формирования системы европейской безопасности [1].

Перейдем к рассмотрению основных сфер деятельности ОБСЕ. Таковыми являются:

- 1) предупреждение и предотвращение конфликтов;
- 2) урегулирование кризисов;
- 3) восстановление стран после конфликтов;
- 4) контроль над вооружением;
- 5) соблюдение прав человека, свободы прессы и справедливости выборов.

ОБСЕ ведет комплексный подход также в военно-политической сфере. Организация также стремится к повышению военной безопасности путем содействия большей открытости, прозрачности и сотрудничеству.

Финансирование ОБСЕ производится за счёт взносов государств, входящий в организацию, фондов, местных органов управления и доход от процента. По состоянию на 11 апреля 2019 г. свободный бюджет ОБСЕ составил 138 204 100 евро [2].

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что ОБСЕ занимает одну из важнейших позиций в обществе и политике. Организация действует в основном на территории государств, которые стали ареной конфликтов и вооруженных столкновений. На сегодняшний день, можно говорить о том, что действия данной организации всё же малоэффективны в

предотвращении потенциальных конфликтов. Тем не менее, анализируя деятельность ОБСЕ, можно сделать вывод, что организация работает стремительно и во всех направлениях. Проблема эффективности деятельности организации связана с ограниченностью ее полномочий. Общество дает понять, что проблема конкретных политических вопросов и военно-стратегических интересов важнее, чем абстрактная «всеобщая безопасность». ОБСЕ может направить свои полномочия в другие направления, например, экологической борьбы с преступностью или постконфликтной реабилитацией, раз уж механизм предотвращения конфликтов оказывается пока недееспособным.

#### **Список использованных источников:**

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <<https://www.osce.org/ru/funding-and-budget>>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <<http://www.ereport.ru/articles/ecunions/osce.htm>>

*Капыльцова В.В., к.э.н., доцент, Конопля А.А.  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

В современных условиях хозяйствования значение портфельного анализа существенно возросло, поскольку его применение в реальной практике при разработке маркетинговой стратегии предприятия способствует повышению эффективности экономической деятельности и обеспечивает дополнительные преимущества в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе.

Портфельный анализ – это один из основных инструментов формирования стратегии современного предприятия, позволяющий определять приоритетные направления экономической деятельности, прогнозировать изменения в организационной структуре управления, выявлять преимущества при финансировании различных инвестиционных проектов.

Актуальность использования данного инструмента вызывает большой интерес как у зарубежных, так и у отечественных ученых и практиков, поэтому сегодня существует многообразие точек зрения относительно определения сущности, содержания, преимуществ и недостатков портфельного анализа.

Портфельная стратегия – это стратегия, которая описывает общее направление развития предприятия с различными видами бизнеса и направлена на обеспечение баланса портфеля различных товаров. Стратегические решения данного уровня наиболее сложны, так как касаются предприятия в целом, определения и согласования его продуктовых стратегий в частности.

Важной особенностью портфельных стратегий является то, что ресурсы между подразделениями многопродуктового предприятия перераспределяются



планомерно, на основе специальных бюджетов, а не на основе коммерческого риска. Стратегии портфельного анализа конкурентной позиции предприятия базируются на предпосылке о том, что если в конкурентной среде уровень цен определяется издержками наименее эффективного, но тем не менее необходимого для удовлетворения существующего спроса, то предприятие всегда будет заинтересовано работать в той отрасли, в которой оно способно производить продукцию с наименьшими издержками и продавать ее по наименьшей цене в течение длительного периода времени. Таким образом, предприятие получает преимущества перед конкурентами в инвестировании и результатах экономической деятельности. При этом необходимо учитывать жизненные циклы стратегических зон хозяйствования.

Так, метод Бостонской консалтинговой группы (БКГ) позволяет на основе изучения различных видов экономической деятельности предприятия составить оптимальный портфель, оценить позиции конкурирующих предприятий. Модель базируется на использовании матрицы хозяйственного портфеля и показывает возможные направления распределения финансовых ресурсов между подразделениями предприятия с целью оптимизации всего его портфеля. Построение матрицы БКГ начинается с расчета трех показателей по каждой товарной группе, включенной в модель: относительная доля рынка товара предприятия, темп роста рынка и объем продаж/прибыли анализируемых товарных групп. Для каждого товара в матрице БКГ должна быть разработана и принята стратегия развития. Причем верную стратегию помогает определить положение товаров внутри матрицы.

Результаты проведенного исследования позволяют нам выделить основные преимущества данного метода, в частности такие, как: теоретическое осмысление взаимосвязи между финансовыми поступлениями и анализируемыми параметрами; объективность анализируемых параметров (относительная рыночная доля и темп роста рынка); наглядность получаемых результатов и простота построения; сочетание анализа портфеля с моделью жизненного цикла товара; простота и доступность для понимания; тривиальность разработки стратегии. Основные недостатки метода связаны с тем, что: темп роста рынка не может отображать прибыльность и привлекательность отрасли в целом; высокие темпы роста и низкие входные барьеры могут обуславливать интенсивную конкуренцию, в том числе ценовую, а также делать отрасль неперспективной для предприятия; относительная доля рынка не может полностью свидетельствовать о конкурентоспособности товара. Относительная доля рынка – это результат прошлых усилий, она не гарантирует лидерство в товаре в перспективе. Матрица БКГ предлагает приоритетные направления инвестирования, но не содержит тактических рекомендаций и ограничений в реализации стратегии предприятия. Инвестирование в развитие товара без явных конкурентных преимуществ может пройти неэффективно. При этом существует множество факторов, влияющих на привлекательность определенного сегмента – входные

барьеры, иные макро- и микроэкономические факторы. Тем не менее, данный метод получил распространение в современных условиях хозяйствования.

Таким образом, портфельный анализ представляет собой методологию разработки и выбора эффективных хозяйственных решений при формировании маркетинговой стратегии предприятия, находящую свое применение при анализе и оценке его экономического состояния. В целом методы портфельного анализа различаются, главным образом, в подходах к оценке конкурентных позиций стратегических единиц бизнеса и привлекательности рынка. При этом к главным достоинствам портфельного анализа, на наш взгляд, следует отнести: наглядное отражение стратегических проблем предприятия; простоту представления результатов; возможность логического структурирования; акцентирование внимания на качественных аспектах анализа.

#### **Список использованных источников**

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом / Т. П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 363 с.
2. Серга, Л. К. Прикладное использование методов портфельного анализа [Электронный ресурс] / Л. К. Серга. – URL: Режим доступа: <http://www.nsaem.ru/science/publications/herald/archive/article.php>.

*Козаченко Ж. Н., ст. преподаватель*

*Воробьева Ю. С., ст. преподаватель*

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **ПРИНЦИПЫ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ**

Актуальность исследования состоит в том, что банковская аналитика необходима на всех стадиях: оперативной, планирования, оценки результатов и эффективности деятельности и контроля. Качество планирования, прогнозирования напрямую связано с анализом деятельности банка в предшествующие периоды. Аналитическая деятельность должна вестись как в банке в целом, так и в отдельных банковских операциях и структурах.

Целью данной работы является определение принципов аналитической работы, которые обеспечат бесперебойную работу банка, его безубыточность, т.е. доходы в сумме, которая покрывала бы расходы на полное обслуживание аппарата управления, банковского оборудования, зданий и сооружений и т. д. Также банковская аналитика направлена на повышение экономической эффективности банка, улучшение его внешнего имиджа, конкурентоспособности, снижение и ограничение рисков банковской деятельности [1]. Современный анализ имеет особое значение в условиях усиления конкуренции, усиления жесткого контроля со стороны государственных органов и стремления банков соблюдать международные

банковские стандарты. Если говорить об аналитике, то стоит упомянуть и большие данные, с которыми приходится сталкиваться банкам при анализе. Так как при традиционном подходе охватить всех аспект используемых данных очень сложно. Сравнение подходов представлено в таблице 1.

Таблица 1. Сравнение подхода «Большие данные» и традиционного

Традиционный подход	Большие данные
Постепенные анализ небольших пакетов данных.	Обработка сразу всего массива доступных данных.
Редакция и сортировка данных перед обработкой.	Данные обрабатываются в их исходном виде.
Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных.	Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации.
Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются.	Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления.

Изменения на рынке повышают требования к банковской аналитике. В условиях усиления конкуренции и кризисов в банковском секторе приоритеты сместились на показатели, связанные со способностью банка управлять рисками, качеством банковских продуктов, а также производительностью труда, контролем над расходами и разумными ценами.

Принципы аналитической работы в банках описаны в таблице 2.

Таблица 2. Принципы аналитической работы в банках

№	Принцип	Описание
1	Преимственность	Использование данных за длительный период и построение динамических рядов, что позволяет выявить тенденции изменений.
2	Ранжирование	Оценка важности проблемы, силы ее влияния на результаты деятельности банка.
3	Сопоставление	Предполагает проведение сравнительного анализа с конкурентами, с интересами стейкхолдеров. Это позволит банку определить место на рынке, негативно влияющие на его развитие факторы.
4	Сличение данных	Предполагает объективную оценку результатов деятельности нескольких периодов, исключая влияние инфляционных процессов.
5	Последовательность	Предполагает сбор информации по определенной методике, наличие системы сбора и обработки материала.

Учитывая упор на системный риск, регуляторы подталкивают банки к лучшему пониманию данных, которыми они обладают, превращают данные в информацию, которая поддерживает деловые решения и более эффективно

управляют рисками. Каждый запрос имеет серьезные последствия для сбора данных, управления и отчетности. Тем не менее, банки должны начать трансформацию своих бизнес-моделей сегодня, чтобы соответствовать радикально иной нормативной среде.

Современная банковская аналитика не только фиксирует текущую ситуацию в отчетном периоде, но и сопоставляет фактические показатели с запланированными, стремится выявлять возможные негативные тенденции и регистрировать их, так как они могут привести к потере прибыли, проблемам с ликвидностью активов и повредить имидж банка.

Особенностью банковской аналитики является большой массив обрабатываемой информации, поэтому она немыслима без использования автоматизированных средств сбора и обработки материалов для анализа. Отсутствие на рынке программных продуктов, позволяющих проводить всесторонний анализ банка с использованием средств автоматизации (единые стандарты для комплексного анализа), сложность получения надежной, подробной информации для анализа препятствует развитию банковской аналитики [2].

#### **Список использованных источников**

1. Goodhart C.A.E. A Model to Analyse Financial Fragility [Электронный ресурс] / C.A.E. Goodhart, P. Sunirand, D.P. Tsomocos // *Economic Theory*, 2016 – vol. 27, iss.1, – pp. 107–142. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1007/s00199-004-0572-7>.

2. Jonsson, F.I. The Role Model of the Board: A Preliminary Study of the Roles of Iceland Board. / F.I. Jonsson // *Corporate Governance: An International Review*, 2015. – №13(5). – pp.710-717.

3. Delmon, Jeffrey. Creating a Framework for Public-Private Partnership Programs: A Practical Guide for Decision-makers [Электронный ресурс] / Jeffrey Delmon // World Bank, Washington, DC. 2015. – Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/22822>.

***Колесникова Е.А., ассистент***

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

### **ПУТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

На современном этапе экономическая система Донецкой Народной Республики (далее ДНР) делает уверенные шаги к восстановлению и уже стала на путь развития. Однако актуальным остаётся вопрос создания модели эффективного управления экономикой республики с оптимальным сочетанием государственного вмешательства и рыночных процессов саморегуляции. В

данной статье предлагаются результаты анализа факторов возникновения кризисных ситуаций и авторская модель государственного управления экономикой республики.

Условия функционирования экономической системы ДНР продиктованы агрессивной внешней средой. В результате анализа факторов возникновения кризисных ситуаций с помощью инструментов PEST и TEPLES-анализа, метода синтеза для определения характера влияния факторов, определены ряд проблем, среди которых: политическая сфера – неопределенность статуса государственности; непрекращающиеся боевые действия и хаотичность военных «правил игры»; дипломатическая изоляция; экономическая сфера – сложность импорта сырья и комплектующих; ограничение экспорта продукции; невозможность использования основных фондов многих производственных предприятий; низкий платежеспособный спрос населения; сокращение рынков сбыта, административные и таможенные барьеры; социальная сфера – разрушение жилого фонда и социальной инфраструктуры; низкий уровень дохода населения; высокий уровень безработицы; технологическая сфера – разрушение промышленного потенциала региона; высокий уровень энергоёмкости промышленного комплекса региона.

Изучение теоретических положений государственного управления и актуального положения республики позволяет рекомендовать основные методы эффективного государственного управления.

#### **Разработка правовой базы управления:**

- разработка и внедрение системы государственного планирования;
- упрощение режима торговли с Луганской Народной Республикой и Российской Федерацией.

#### **Разработка механизмов финансовой стабилизации:**

- разработка и принятие закона о Центральном Республиканском Банке ДНР с учетом расширения его регуляторных функций и передачи функции расчетно-кассового обслуживания другим государственным банкам;
- реализация пилотного проекта кредитования физических лиц и малого и среднего предпринимательства;
- создание резервов на случай форс-мажорных ситуаций.

#### **Поддержка реального сектора экономики и стратегически важных областей производства:**

- восстановление связей по кооперации с предприятиями Российской Федерации;
- техническая и финансовая помощь Российской Федерации по внедрению современных технологий управления и производства;
- поиск возможностей восстановления производственных отношений с частью Донбасса, оставшейся под контролем Украины как с иностранным агентом;
- контроль над произвольным повышением цен на жизненно важные товары;

#### **Социальная защита населения:**

- улучшение демографической ситуации;
- создание возможностей для качественного образования независимо от места жительства, социального и материального положения;
- поддержка молодежных и общественных движений;
- максимальное удовлетворение потребности граждан в медицине.
- профессиональная переподготовка безработного населения;
- поддержка активных форм поиска работы и создание временных рабочих мест для студентов;
- повышение мобильности рабочей силы, развитие аренды дешевого муниципального жилья, адресной поддержки граждан при переезде на новое место работы и жительства;
- контроль по обеспечению всех трудящихся достойной оплатой труда на частных и государственных предприятиях.

Для приобретения практической значимости предложенной модели и эффективности её функционирования на современном этапе, комплексный подход к системе «государство - рынок» должен быть адаптирован под актуальные факторы внешней и внутренней среды конкретного государства. В наиболее гармоничном проявлении государственная политика должна защищать свободную конкуренцию, управлять перераспределением дохода и имущественным делением, согласовывать и направлять усилия отдельных звеньев национального хозяйства во имя долгосрочных, коренных интересов страны.

#### **Список использованных источников:**

1. Балдин К. В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие / К.В. Балдин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. - 316 с.
2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». — Донецк, 2018. — Ч.І. — 124 с.

***Костина Т.В., к.э.н., доцент**  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **БЕЗОПАСНОСТЬ ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

В странах, переживающих трансформацию экономических систем, вопрос обеспечения национальной безопасности (в том числе и в сфере экономики) выходит на первый план.

Актуальность проблемы обусловлена тем, что потребность в защите от внешних нежелательных воздействий и радикальных внутренних изменений, иначе говоря, потребность в безопасности – это базовая, основополагающая

потребность как жизни отдельного человека, семьи, так и различных объединений людей, включая общество и государство.

Целью является определение самого понятия экономической безопасности, а также вывить назначение этого понятия в различных сферах экономической жизни страны.

Экономическая безопасность – это совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию. Экономическая безопасность в условиях открытой экономики требует:

- во-первых, чтобы участие страны в мирохозяйственных связях создавало наиболее благоприятные условия для развития национального производства;
- во-вторых, чтобы национальная экономика в наименьшей степени ощущала неблагоприятное развитие событий в мире как в экономической, так и в политической области (хотя полностью избежать этого в условиях открытой экономики нельзя).

Экономическая независимость в условиях глобализации не является абсолютной. Взаимосвязанность мировых торговых и финансовых потоков делает национальные экономики взаимозависимыми друг от друга. В этих условиях экономическая независимость означает возможность контроля государства за национальными ресурсами, достижение такого уровня производства, эффективности и качества продукции, который обеспечивает ее конкурентоспособность и позволяет на равноправных условиях участвовать в мировой торговле, кооперационных связях и обменеб научно-техническими достижениями.

Стабильность и устойчивость национальной экономики пребдполагают защиту собственности во всех ее формах, создание надежных условий и гарантий для предпринимательской активности, сдерживание факторов, способных дестабилизировать ситуацию.

Способность к саморазвитию и прогрессу, что особенно важно в современном динамично развивающемся мире, означает создание благоприятного климата для инвестиций и инноваций, постоянную модернизацию производства, повышение профессионального, образовательного уровня работников, которые становятся необходимыми и обязательными условиями устойчивости и самосохранения национальной экономики.

Взаимодействие во внешнеэкономической деятельности с другими странами вызывает необходимость приспособления к существующим в мировой практике нормам. Тем не менее, это не должно приводить к ущемлению интересов национальной экономики, снижению степени экономической безопасности.

Кроме того, промышленно развитые страны используют весьма разнообразный механизм защиты внутреннего рынка и поддержки национальных экспортеров. Так США для защиты внутреннего рынка активно

используют так называемые «добровольные ограничения», которые под давлением принимают их партнеры, особенно Япония и страны Западной Европы, в отношении поставок определенных товаров в США, в частности, продукции металлургии. Глобальное квотирование импорта широко применяют Канада, Мексика, Индия, Корея. Технические барьеры для закрытия внутреннего рынка от дешевой продукции стран «третьего мира» наиболее активно применяет Япония.

С учетом этого внешнеэкономическая политика страны должна отвечать национальным интересам. Наиболее важными задачами в области внешнеэкономической деятельности, обеспечивающей экономическую безопасность должны стать:

- регулирование развития внешней торговли при соблюдении экономических интересов страны и обеспечение ее экономической безопасности, повышение экономической эффективности внешнеэкономической деятельности в условиях интеграции национальной экономики в мировую хозяйство;
- дальнейшее развитие экспортного потенциала, в первую очередь, за счет расширения производства машин, оборудования и других высокотехнологических товаров, проведение политики импортозамещения;
- поддержка интересов отечественных экспортеров на внешних рынках в целях восстановления и сохранения их позиций на товарных мировых рынках;
- достижение стабилизации курса национальной денежной единицы по отношению к свободно конвертируемым валютам.

Обеспечение экономической безопасности страны – важная задача внешнеэкономической, в том числе внешнеторговой политики государства.

#### **Список использованных источников**

1. Кутукова, Е.С. Экономическая безопасность в призма современных экономических процессов / Е.С. Кутукова. – М.: Русайнс, 2017. – 352 с.
2. Одинцов, А.А. Экономическая и информационная безопасность предпринимательства / А.А. Одинцов. – М.: Academia, 2004. – 384 с.

*Кузьменко Е.Д*

*Научный руководитель: Скрибченко Н. С.*

*МОУ «Школа №15 города Донецка»*

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

В последние годы все возрастает роль и значение социальных сетей в продвижении бизнеса. Так, в начале 2000-х годов социальные сети воспринимались как источник развлекательного контента и общения [1, с. 69]. А сегодня это самые удобные площадки для рекламы, продвижения и работы с целевой аудиторией предприятия.



В России социальные сети появились в 2006 г., именно тогда были созданы «Одноклассники», а затем «ВКонтакте». История Facebook началась значительно раньше, однако в Россию ведущая мировая социальная сеть пришла на два года позже. Её интерфейс был переведен с английского языка на русский в 2008 г. [1, с. 70] В 2010 году был зарегистрирован первый аккаунт в Instagram, а уже через 3 года приложение появилось в России [2].

Согласно отчетам We Are Social и Hootsuite, в 2019 году аудитория интернета насчитывает 4,39 миллиарда человек, что на 9% больше, чем в январе 2018 года. Если сравнивать с данными на 2014 год, во всем мире число интернет-пользователей увеличилось более чем на 1,9 миллиарда, то есть на 75% за 5 лет.

В 2019 году в мире было зарегистрировано 5,11 миллиарда уникальных мобильных пользователей, что на 100 миллионов (2%) больше, чем в 2018 году. А в социальных сетях зарегистрировано 3,48 миллиарда пользователей, что на 9% больше чем в предыдущем году. Из них 3,26 миллиарда человек заходят в социальные сети с мобильных устройств, и их количество к отчетному году увеличилось на 10%.

Согласно исследований Россия занимает второй год подряд 4 место в мире по аудитории интернет-пользователей (109,6 миллионов - уровень проникновения интернета находится на отметке 76%). При этом 85% всех онлайн-пользователей в России заходят в интернет каждый день, а 11% — не менее раза в неделю [3].

Наибольшей популярностью среди социальных сетей в России на 2019 год пользуется «ВКонтакте» (рис.1). Данная социальная сеть почти на 60 % популярнее Facebook, на 27 % популярнее Instagram и на 25 % превосходит «Одноклассники», но эти данные не доказывают, что любую услугу или товар выгоднее продавать через «ВКонтакте». Вдобавок надо учитывать возраст предполагаемой аудитории. ВКонтакте и Instagram наиболее популярны среди людей, которым 16-24 лет. Facebook — у аудитории старше 45 лет. Среди старшей возрастной группы (55 лет и старше) популярны YouTube, Одноклассники и ВКонтакте [4].



Рис. 1. Уровень популярности социальных сетей в России [2]

Кроме возрастного ценза, необходимо учитывать портрет ЦА с точки зрения сферы потребления. Если это в большей степени рынок b-2-b, то совершить сделку через «ВКонтакте» будет тяжелее, чем через остальные социальные сети. Если же, наоборот, вы продаете наушники, предметы обихода, чехлы для телефонов и т. п., другими словами, ведете бизнес в сфере

б-2-с, то тогда площадка «ВКонтакте» станет для вас отличным рынком. При выборе социальной сети также стоит учитывать то, что на данный момент во «ВКонтакте» наблюдается максимальная активность пользователей

Таким образом, социальные сети выступают идеальной средой для проведения маркетинговой активности, нежели привычные каналы распространения информации. Социальные сети, первоначально созданные для межличностного общения, уверенно превращаются в опору для бизнеса [1, с.71].

#### **Список использованных источников**

1. Тихонова А.В. Способы продвижения в социальных сетях и их преимущества // Вестник магистратуры. - 2019. - № 4-4(91) – С. 69-71. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.magisterjournal.ru/docs/VM91\\_4.pdf#page=70](http://www.magisterjournal.ru/docs/VM91_4.pdf#page=70)
2. Топ-3 популярных социальных сетей в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2016/05/16/top3-populyarnykh-socialnykh-setey-v-rossii.html>
3. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii>
4. Аудитория социальных сетей в России 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii>
5. Афанасьева Г., Жадан М.В. Социальные сети как средство продвижения компаний в интернет // Современные аспекты международного бизнеса Саратов, 2018. С. 45-54. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32842433>

*Лиходедова Т.В., ст. преподаватель  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

#### **СУЩНОСТНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

Развитие предпринимательских структур как открытой социально-экономической системы выступает частью общего поступательного движения общества. С общесистемных позиций развитие предпринимательских структур характеризуется как определенный тип изменений, повышающий уровень организованности системы и является объективно обусловленным процессом. Одновременно это развитие обусловлено человеком как генератором сознательных и целенаправленных изменений предпринимательских структур как открытой системы. Развитие реализуется путем самоорганизации системы и обеспечивается активностью элементов, составляющих её структуру.

Очевидно, что сущностно-содержательная характеристика понятия «развитие» является предметом научных исследований многих современных ученых-экономистов. С общесистемных позиций развитие может рассматриваться как определенный тип изменений, повышающий степень организованности системы и является объективно обусловленным процессом. В то же время это развитие осуществляется человеком путем сознательных и целенаправленных преобразований предприятия как системы.

Ряд авторов [2, 3] связывают понятие развития с количественно-качественными изменениями, которые способствуют процессу перехода от одной стадии к другой.

Также учеными-экономистами [1, 5] «развитие» рассматривается через призму количественных и качественных изменений в системе, что приводит к переходу системы к качественно иному состоянию.

Исследуя сущность понятия «развитие» некоторые ученые [6] при его трактовки не определяют необходимость изменений объекта исследования. В свою очередь, развитие характеризуется как процесс совершенствования, который направлен на переход из одного состояния в другое, более совершенное.

Проведенный анализ теоретических подходов к пониманию сущности понятия «развитие» позволил выделить его ключевые характеристики как экономической категории (рис. 1), а именно: в результате развития объект исследования переходит на новый качественный уровень, который предполагает изменение его состава или структуры (то есть возникновение новых структурных характеристик объекта, его эволюция, улучшение, совершенствование, прогресс, а также рост и расширение); развитие осуществляется осознанно и целеустремленно, что влечет реализацию ряда сознательных, целенаправленных и взаимосвязанных преобразований объекта развития; изменения носят необратимый характер, что способствует постоянной динамизации объекта исследования во времени и во внешней среде; развитие – имманентный процесс, источник которого заключен в самом развивающемся объекте. Развитие отображает изменения явлений под воздействием внутренних противоречий, тогда как внешние факторы не вызывают движения, а лишь модифицируют его.

На основе обобщения научных взглядов ученых относительно сущности понятия «развитие» установлено, что в целом развитие имеет тройственную природу: как явление (поскольку развитие предприятия является экономическим явлением, обусловленное изменениями); закономерность (поскольку развитие имеет определенные закономерности на разных стадиях жизненного цикла предприятия); принцип (что обусловлено необходимостью обеспечения постепенного перехода к более качественному состоянию системы (или ее стабилизации) в динамических конкурентных условиях хозяйствования предприятий).

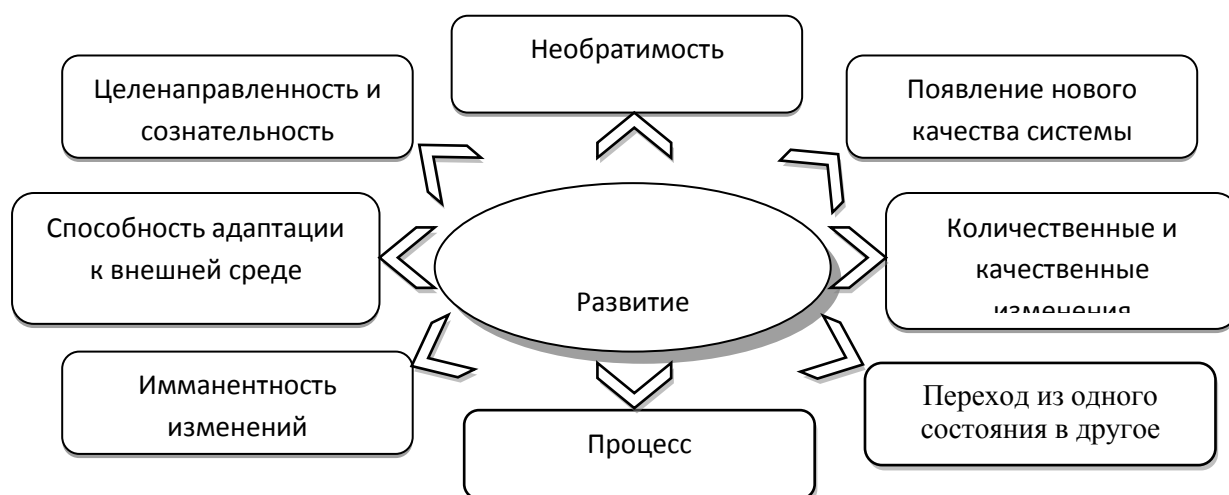


Рис. 1. Сущностно-содержательные характеристики понятия «развитие» как экономической категории (составлено автором)

### Список использованных источников

1. Афанасьев, Н. В. Управление развитием предприятия: монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Харьков : ИНЖЭК, 2003. – 184 с.
2. Виханский, О. С. Другой менеджмент: время перемен / О. С. Виханский, А. И. Наумов // Российский журнал менеджмента. – №3. – 2004. – С. 105-126
3. Глазл, Ф. Динамичное развитие предприятия / Ф. Глазл, Б. Ливехуд ; пер. с нем. Калуга : Духов. познание, 2000. 264 с.
4. Дунда, С. П. Теоретичні підходи до визначення поняття «розвиток підприємства» / С. П. Дунда. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppci/2011\\_32/Dunda.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppci/2011_32/Dunda.pdf).
5. Елецких, С. Я. Характеристика этапов процесса управления устойчивым развитием предприятия / С. Я. Елецких // Экономика Крыма. – №1(34). – 2011. – С. 29-36.
6. Урманцев Ю.А. Симметрия и асимметрия развития / Ю.А. Урманцев // Сознание и физическая реальность. – 1997. – Том 2. – № 2. – С. 80-83/

**Логвинова А.О.**

**Научный руководитель: Пилипенко В.В., старший преподаватель  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»**

## ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовая система государства – форма организации денежных отношений между субъектами финансовых отношений по поводу распределения и перераспределения общественных продуктов. Финансовая система существенным образом влияет на развитие экономики в стране.

Решается значительное количество проблем, таких как социально-экономические, развитие экономики, стабилизация национальной валюты, снижение уровня социальной напряженности в обществе, поступление налоговых платежей и многие другие.

Поддержание финансовой устойчивости – это одна из главных целей любой коммерческой организации. Предприятия, которые не имеют средства для погашения краткосрочных задолженностей, выпуска и производства продукции, а также для выплат заработных плат сотрудникам, обречены на финансовые потери, кризисное состояние или даже на банкротство. На современном этапе остро стоит вопрос о создании благоприятной атмосферы для ведения бизнеса. В связи с последними событиями, сложившимися в мире, планы реализации финансовой политики постоянно меняется, что ведет к усложнению работы предприятий. Любые внешние или внутренние изменения ведут к колебаниям внутри производства, что вызывает нестабильность его работы. Для финансовой устойчивости предприятия играют роль четыре важных фактора: рентабельность организации, ее ликвидность, платежеспособность и многоуровневая стабильность предприятия. [1, с. 102-103]

Макроэкономическая среда непосредственно влияет на развитие предприятия, так как это мешает достигать ее экономические цели и поддерживать устойчивый и стабильный темп роста. Например, если социально-экономические условия негативны, то это снижает спрос на продукцию. Чтобы понять, какие внешние факторы могут повлиять на работу организацию, необходимо проанализировать и изучить такие показатели, как планируемый рост ВВП, темпы инфляции, курс обмена валют, какая процентная ставка на рынке и другие. Необходимо также понимать влияние таких факторов, которые не соответствуют только экономической направленности, сюда относятся политические, социологические, демографические, технологические и экологические факторы.

Политика государства может существенно повлиять на ведение бизнеса. Например, на сегодняшний день в Российской Федерации из-за введения санкций снизились инвестиционные потоки в страну, ускорило отток капитала, утечка квалифицированных кадров и усиление коррупции. Такими образом, высокотехнологические предприятия понесли урон, так как обмен технологиями, участие иностранных инвесторов и реализация инвестиционных проектов значительно уменьшилась. Вероятным выходом из данной сложившейся ситуации может стать развитие реального сектора экономики в РФ, а также поворот торгово-экономических отношений в сторону восточных стран. [2, с. 67-69]

Нельзя не отметить такой важный фактор, как стабильность налоговой политики в стране. Повышение налоговой ставки не должно сильно влиять на экономику государства, однако относительно низкий уровень налоговой ставки, по сравнению с другими странами, не дает развивать малому и среднему бизнесу. Возможно, что правительство страны увеличит налог на добавленную

стоимость и будет введен налог с продаж, но это может не дать нужного результата. Состояние финансового и налоговых секторов создает ощущение недружелюбной политики государства по отношению к среднему и малому бизнесу, что является еще одним негативным фактором для финансовой устойчивости всех предприятий. [3, <https://www.vestifinance.ru>]

Также на финансовую устойчивость предприятия влияет миграционные потоки. С одной стороны – идет приток рабочей силы, тем самым решая проблему нехватки рабочих мест, а с другой стороны – приток дешевой рабочей силы задерживает технический прогресс предприятия. Главной особенностью является то, что внешние факторы прямо или косвенно воздействуют на внутреннюю среду организации и на ее финансовую устойчивость в том числе и если предприятие может изменить факторы внутренней среды, то на внешние факторы оно повлиять не может.

Таким образом, компании должны предугадывать возможные изменения внешней среды, адаптироваться к ней и планировать свою деятельность на долгосрочную перспективу. Предприятия, которые готовы адаптироваться к неблагоприятным изменениям в налоговом законодательстве, разрыве из-за санкций международных экономических связей с зарубежными поставщиками и к другим обстоятельствам смогут оставаться прибыльными. [4, <http://www.fms.gov.ru>]

#### **Список использованных источников**

1. Бригхем Ф.Ю. Финансовый менеджмент /Ф.Ю. Бригхем// - М: Питер 2013 г. – с. 102-103
2. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов /Р. Брейли// - М: Олимп-бизнес 2017 г. – с. 67-69
3. Налоговая политика России 2018 год - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru> (дата обращения 18.10.2019г.)
4. Сведения по миграционной ситуации в Россию в 2018 году – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fms.gov.ru> (дата обращения 18.10.2019г.)

*Лукьянчикова А.В.*

*Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

#### **БЕДНОСТЬ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

В статье рассматривается вопрос об одной из главных проблем, с которыми сталкивается мир в настоящее время. Вопрос бедности является важной проблемой современного мира, которая влечет за собой остальные серьезные проблемы, что и обуславливает актуальность темы исследования.

Сокращение бедности в мире, возможно, является главной глобальной задачей на ближайшие двадцать лет. Почему? Во-первых, по моральным причинам, а также ради справедливости и баланса. Мир, в котором менее 20 процентов людей потребляют 85 процентов товаров и услуг, просто ненадежен - и станет еще меньше, так как в первой четверти этого столетия мы вырастем с 6 до 8 миллиардов человек. Существует много шума по поводу терроризма, и это правильно, но факт заключается в том, что факторы, связанные с бедностью, уносят гораздо больше жизней. Половина населения мира живет за чертой бедности, которая варьируется от страны к стране. В наибольшей степени страдают развивающиеся страны Африки и Азии, но 40 миллионов американцев, семь миллионов британцев и почти четверть всех граждан Европейского союза также относятся к категории бедных. «Пока в нашем мире существуют нищета, несправедливость и грубое неравенство, никто из нас не может по-настоящему отдохнуть», - сказал покойный президент Южной Африки Нельсон Мандела. Если бы только это было так. К сожалению, бедные стали невидимыми и безмолвными, которые рассматривались, но игнорировались как простая неприятность, загромождающая ландшафт или как бремя для налогоплательщиков. Правительства скорее потратят на военную технику, чем на способы поднять своих граждан, лишенных достойного жилья, питательной пищи, электричества и чистой воды, от их страданий. Такое отношение со стороны властей не только аморально, но и неумно и недальновидно. Как мы наблюдали во многих странах на протяжении десятилетий, рано или поздно забытое объединение на улицах свергло руководство. У бедности есть много других побочных эффектов, кроме голода и болезней. Известно, что оно способствует насилию в семье, оставлению детей, детскому труду, рабству, преступным группировкам, токсикомании и, по мнению некоторых экспертов, терроризму. Стало ясно, что бедность означает больше, чем отсутствие дохода: она включает в себя изоляцию и беспомощность, отсутствие безопасности, отсутствие услуг и отсутствие контроля над своим будущим. Это означает проводить часы каждый день, собирая воду и дрова, страдая от загрязнения в помещении, сталкиваясь с бытовым насилием, подвергаясь жестокому обращению со стороны полиции и правительственных чиновников, и постоянно подвергаясь риску катастрофических последствий – например, заболевает только один член семьи [1].

Как вы можете увидеть из цифр, бедность по-прежнему остается большой проблемой в современном мире. Это несмотря на прогресс, который вы видите вокруг себя. Хорошей новостью является то, что в 2010 году только 18% населения мира жили за чертой бедности по сравнению с 36% в 1990 году. Это небольшая победа, но прогресс идет медленно. Всемирный банк стремится сократить глобальную бедность до 9% к 2020 году и до 3% к 2030 году. Они планируют сделать это, сосредоточив больше внимания на содействии росту доходов для 40% нижнего населения и повышении общего благосостояния.

Проблема крайней бедности разрешима, если есть коллективная воля и желание мыслить нестандартно. Когда всего восемь из самых богатых людей в мире обладают таким же совокупным богатством, как и половина человеческого рода, оказание помощи малоимущим должно рассматриваться как моральный и религиозный долг. Цитируя Папу Франциска: «Мы не можем больше ждать, чтобы разобраться со структурными причинами бедности, чтобы исцелить наше общество от болезней, которые могут привести только к новым кризисам».

Одним из ответов является глобальное введение налога на искоренение бедности на религиозной основе, требующего тесного сотрудничества между правительствами и религиозными властями под эгидой ООН. В докладах, выпущенных ЕС, Университетом Организации Объединенных Наций и Всемирным институтом развития и экономических исследований, сделан вывод о том, что глобальное налогообложение не только технически осуществимо, но и желательно [2].

Независимая организация должна быть сформирована и контролироваться вращающимся комитетом, состоящим из представителей государств-членов, в задачи которого входит определение областей потребностей в координации с различными органами ООН, Всемирным банком, Международным валютным фондом и различными НПО, благотворительными организациями, благотворительными организациями и правительства. Организация получит доходы, полученные от глобального налога на имущество, основанного на проценте от соответствующих ВВП стран-членов, в значительной степени подкрепленного религиозным налогом на борьбу с бедностью.

Банки, транснациональные корпорации, благотворительные фонды, религиозные авторитеты и богатые люди должны поощряться к тому, чтобы делать пожертвования и прилагать все усилия для содействия этим международным усилиям [3].

Подход официальной помощи смещается к новой модели, которая оказалась продуктивной в более чем дюжине стран, где он испытывается. Эта модель, которая работает под различными ярлыками МВФ, Всемирного банка и Организации Объединенных Наций, весьма отличается от предыдущей. Сами страны берут на себя ответственность за свои собственные стратегии развития и сокращения бедности. Правительства консультируются с гражданским обществом, бизнесом и всеми иностранными агентствами при разработке этих стратегий. Они раскладывают их прозрачно, сектор за сектором, с показателями эффективности и в течение периода времени, охватывающего избирательные циклы. И они подталкивают иностранные агентства, неправительственные организации и других к принятию подхода партнерства и разделения труда вокруг них. Дополняя это, помощь перемещается от самостоятельных проектов в сторону более гибкого финансирования на уровне национального бюджета или бюджета сектора (например, бюджета на образование). Новая модель также учитывает более широкое определение бедности – помимо бедности только по доходам – и уделяет большое внимание расширению прав и возможностей.



Вдобавок ко всем вышеперечисленным возможностям решения проблемы, стоит также добавить[4]:

- Сделать образование доступнее, чтобы дать им возможность получить лучшую работу.
- Предоставить им медицинскую помощь, чтобы улучшить их физическое состояние и сделать их более конкурентоспособными.
- Использовать бюджет, выделенный на Войну и оружие, чтобы остановить Глобальный голод.
- Правительствам следует инвестировать в программы и проекты, которые будут полезны для улучшения жизни бедных слоев населения, - чтобы открыть им возможности вырваться из нищеты. Больше школ, улучшение санитарии, более чистая окружающая среда и больше возможностей получения дохода.
- Дайте людям, живущим без электричества, доступ к возобновляемой энергии.

Подводя итог, стоит отметить, что сокращение бедности выполнимо. Сейчас, как никогда, у нас есть технологии и инструменты, которые нам нужны, чтобы положить этому конец. Нам нужно наращивать наши усилия и поддерживать текущие инициативы. С помощью каждого и готовности нашего бедного населения мы можем просто добиться успеха. Другим моментом, который следует учитывать, являются весьма реальные выгоды для экономики, которые образование и повышение квалификации могут принести с точки зрения сокращения государственного благосостояния и увеличения налогоплательщиков.

Этот вопрос – борьба с бедностью главным и решительным образом – является действительно глобальным: он требует совместных усилий развитых и развивающихся стран. Решение этой проблемы является не только серьезным испытанием для нашей способности делиться своей человечностью, но и проверкой того, насколько серьезно мы относимся к решению глобальных проблем в целом. Бедность является главной проблемой, потому что она лежит в основе многих других.

#### **Список использованных источников:**

1. [Электронный ресурс].- Режим доступа  
<https://www.theworldcounts.com/stories/Poverty-in-the-World-Today>
2. [Электронный ресурс].- Режим доступа  
<https://www.thenational.ae/opinion/poverty-is-a-global-problem-that-requires-a-new-kind-of-thinking-1.2837>
3. [Электронный ресурс].- Режим доступа  
<http://globalissuesnetwork.org/learn-about-our-global-issues/poverty/>
4. [Электронный ресурс].- Режим доступа  
<http://www.globalissues.org/article/4/poverty-around-the-world>

## **ОПЕРЕЖАЮЩЕЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ**

В системе непрерывного образования метод опережающего обучения выступает инновационным средством многих образовательных концепций развивающей направленности, которые, определяют пути развития высшей школы в XXI в [1, с.42-43].

По мнению автора, использование метода опережающего обучения в преподавании философии – это креативное использование преподавателем логико-опорных схем диалектической содержательности и перспективной направленности, опирающихся на принцип комментируемого управления познавательной деятельностью обучающихся.

Инновационность опережающего обучения обусловлена несколькими причинами. В настоящее время, во-первых, заметно расширились рамки социальной интеграции образовательного процесса высшей школы и фундаментальной науки. Во-вторых, современные аспекты научного знания формируют сегодня новый дискурс миропонимания личности, в векторе приоритетов которого определяющее место занимают диалектическое мышление, содержательно-информационное мировоззрение, системно-деятельностная коммуникативность молодого человека, развивающие его духовный потенциал в открытом образовательном пространстве [2].

Особенность опережающего обучения можно определить как возможность развития интеллектуальных способностей студента создавать, проектировать, форматировать и извлекать профессиональные знания из получаемой информации на основе логической и креативно-творческой направленности его познавательных особенностей.

Сущность методики опережающего обучения состоит в том, что на первых лекциях (занятиях) по учебной дисциплине преподаватель отдельным блоком выделяет ее содержательный концепт в системе базовых (ключевых) понятий и определений, который познавательно углубляется по мере реализации учебно-тематического плана. В итоге, обучающиеся учатся использовать не только готовые знания, но мотивированно и целенаправленно постигать учебный материал в направлении своих общепрофессиональных компетенций.

Методика опережающего обучения предусматривает перспективную реализацию образовательного материала в нескольких взаимосвязанных направлениях. Так, в учебном материале первых тем дисциплины преподавателем специально выделяется логико-содержательная схема (блок) взаимосвязанного содержания последующих тем обучения и дидактически

умело дается установка студентам на ее последовательное изучение в период самостоятельной работы. Одновременно с этим проводится методологическая дифференциация базовых понятий, их смысловой анализ и обобщение в направлении дальнейшего практико-ориентированного применения студентом. В процессе разъяснения учебного материала преподаватель использует принцип комментируемого управления в качестве необходимого условия мотивации творческого потенциала обучающегося на получение желаемых результатов. По мере освоения тем учебной дисциплины преподавателем комплексно применяются опорные материалы в виде логических схем, цитат, афоризмов, постулатов, алгоритмов, сравнительных таблиц и рисунков, правил и инструкций профессиографического характера.

Таким образом методика опережающего обучения позволяет активизировать целостный порядок умственных действий студента, включить его в активную познавательную деятельность с приобретением устойчивых навыков. При этом важно учитывать, что выбор преподавателем формы интеллектуального воздействия на сознание (мышление) обучающегося зависит от содержательной направленности учебного материала.

Применение данной методики позволяет студентам наиболее качественно и быстро освоить большой объем учебного материала, повысить их мотивацию и заинтересованность в обучении. Использование опережающего обучения способствует структурированию содержания образовательных программ, в значительной мере расширяет диапазон образовательных траекторий, соответствующих профессиональным способностям и потребностям студента. Опережающее обучения выступает средством формирования у студентов диалектических навыков системного мышления, креативности мыследеятельности, что обеспечивает широкие возможности для углубления интегрированного образования в ДонНУЭТ.

#### **Список использованных источников**

1. Ефремов А.П. Опережающее обучение и опережающее образование // А.П.Ефремов / Вестник Челябинского гос. ун-та, 2012. – №19 (273). – Вып.26.– С.38-43.
2. Панина В.З. Инновационные методы и технологии опережающего обучения в высшей школе // В.З Панина / Вестник Казанского технол.ун-та, 2016. – №16. – С.316-320.

**Макаревич А.В.**  
**Научный руководитель: Стельмашенко Е.В., к.э.н., доцент**  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

В переходных условиях экономики ДНР деятельность предприятий приобретает определенную специфику, поскольку повышается уровень неопределенности и риска, растет интенсивность конкуренции, покупатели становятся все более требовательными к качеству товаров и услуг. Успешное функционирование предприятий в данных условиях зависит не только от совершенствования внутрихозяйственной деятельности, а главным образом от того, как оно может приспособиться к постоянным изменениям во внешней среде. В таких условиях необходим отказ от традиционных методов управления, пересмотр основных целевых установок деятельности предприятия. На современном этапе деятельность предприятий осуществляется в тяжелых экономических условиях, наблюдается отсутствие стратегической ориентации, планирования деятельности, в основном, осуществляется исходя из внутренних возможностей и ресурсов предприятия. При таком подходе оказывается, что предприятие не в состоянии достичь своей цели, поскольку ее достижение принципиально зависит от желаний и потребностей клиентов, а также от поведения конкурентов, в результате чего предприятие рано или поздно выбывает из бизнеса. Возникает необходимость новой ориентации управления, обеспечения стратегического подхода, изменения самого стиля управления, что предполагает формирование определенного образа мышления в управлении предприятием. Только видение долгосрочной перспективы может обеспечить предприятию дальнейшее процветание и рост, а это возможно лишь при условии внедрения маркетингового управления в деятельность предприятия.

Для повышения эффективности стратегического управления ООО «Арония» и усовершенствование процесса управления стратегическим набором предприятия мы рекомендуем использовать комплексный подход, который обеспечивается разработкой и внедрением в практическую деятельность предприятия комплексной системы стратегического управления предприятием в условиях маркетинговой ориентации (рис.1).

Рекомендованная комплексная система стратегического управления предприятием (КССУП) представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов управленческой деятельности в области стратегического менеджмента, которые обеспечивают стратегическое управление предприятием с ориентацией на удовлетворение потребностей рынка, при наименьшем стратегическом риске и наибольшей эффективности деятельности.



Рисунок 1. Комплексная система стратегического управления предприятием.

При внедрении КССУП в практическую деятельность ООО «Арония» целесообразно придерживаться всех основных принципов системного подхода. Во-первых, КССУП должна быть целостной, то есть иметь новые свойства сравнительно с элементами, которые входят в ее состав. Во-вторых, КССУП должна быть структурированной, иметь в своем составе четко определенные элементы с установленными между ними связками и отношениями. В-третьих, КССУП должна взаимодействовать во взаимоотношениях с внешней средой, выявляя при этом все свои свойства, и быть гибкой.

### Список использованных источников

1. Балабанова, Л. В. Маркетинг предприятия: учеб. пособие: рекоменд. М-вом образования и науки Украины как учеб. пособ. для студ. вищ. на-вч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, И. В. Балабанова ; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Ин-т экономики и упр., Каф. маркетинг. менедж. - [Донецк : Доннуэт, 2012].
2. Балабанова, Л.В. Управление маркетинговой деятельностью в торговых предприятиях в условиях формирования рыночной экономики. \ Донец. нац. ун-

т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Ин-т экономики и упр., Каф. маркетинг. менедж. - [Донецк : Доннуэт, 2010]

*Маленко В.М., ассистент  
Научный руководитель: Ващенко Н.В., д.э.н., доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **СОЦИАЛЬНАЯ И КАДРОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КАК ВАЖНЕЙШИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современном экономическом мире, в постоянных рыночных изменениях, при высокой конкуренции в отраслях любое предприятие не сможет достигнуть своей цели, вести деятельность, без определенной разработанной стратегии.

Стратегия, в таких условиях, может выступать как комплекс либо алгоритм запланированных действий. Такие действия взаимосвязаны и направлены на достижение высоких результатов и определённых целей предприятия.

Стратегия должна быть построена на анализе возможностей и угроз предприятия, среды, в которой оно функционирует, и потенциала самого предприятия.

Именно поэтому успешное развитие бизнеса представляет собой результат рационального управления, основанного на использовании информации о возможностях предприятия. Именно от них зависит эффективность деятельности хозяйствующего субъекта.

Экономическую стратегию нужно рассматривать и как процесс и как содержание предприятия.

Экономическая стратегия, исходя из данного подхода, это система обеспечения конкурентного преимущества предприятия.

Если именно так разбирать стратегию предприятия, то стратегия для предприятия становится, как шаблон логического последовательного поведения, которая складывается на предприятии сначала сознательно, а потом и без сознательно. Следовательно, стратегия для предприятия становится не только набором действий, а философией.

С развитием информационных технологий и теории о том, что главным для предприятия являются человеческие ресурсы, экономическая стратегия может иметь новый вид, точнее сказать получит новое значение ее составляющих. Именно кадровая составляющая в общей экономической стратегии будет занимать ведущее место.

Кадровая стратегия на предприятии разрабатывается с одной целью- это обеспечение нормального функционирования человеческих ресурсов, благоприятного психологического микроклимата в коллективе и повышения

эффективности деятельности всего предприятия. Также кадровая стратегия может включать в себя корпоративную социальную ответственность предприятия перед персоналом.

Генеральной рекомендацией и целью данной стратегии может являться создание аналитических отделов на предприятиях. Главная задача таких аналитических отделов будет заключаться в получении данных /информации из внешней среды предприятия; анализ – переработка – понимание и осмысление-получение нужного знания либо знаний для предприятия и передача полученных знаний по отделам для их последующего рационального использования.

Основные особенности функционирования данной системы управления состоят в следующем:

- отсутствие четкого регламента обязанностей в рамках выделенных направлений деятельности, в соответствии с занимаемой должностью в иерархической структуре; полномочия и ответственность персонала корректируются в процессе изменения постановки операционных задач;
- механизм взаимодействия внутриструктурных иерархических уровней имеет консультационный характер;
- интенсивное взаимодействие работников по горизонтали; ориентация на групповое взаимодействие и ответственность.

Создание аналитического отдела (системы знаний) повлечет за собой не только улучшение уровня интеллектуального капитала предприятий, но также будет способствовать более плавному внедрению общей стратегии на предприятии.

Стоит отметить, что развитие социальной (кадровой) стратегии создает ряд преимуществ, для предприятия, как в нормальных экономических условиях ведения деятельности, так и в условиях экономической блокады и финансового кризиса.

#### **Список использованных источников:**

1. Ващенко, Н.В. Потенциал и развитие предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятия» очной и заочной форм обучения [текст] / Н.В. Ващенко – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского», 2018. – 348 с.;

2. Донец, Л. И. Управление знаниями [ Электронный ресурс ] : конспект лекций [укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление, прогр. высш. проф. образования – магистратура, направление подготовки 38.04.01 / Л. И. Донец ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Каф. экономики предприятия. – Донецк : ДонНУЭТ, 2018 . – Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. ;

3. Зашук М.С. Стратегия предприятия [Текст]: учеб.пособ. для студ. напр. подг. 38.03.01 «Экономика предприятия» днев. и заоч. форм обучения / М.С.Зашук. – Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – 285 с.

## **СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ**

Письменная речь – это форма речи, связанная с выражением и восприятием мыслей в графической форме. Письменная речь включает в себя, таким образом, два вида речевой деятельности: продуктивный (письмо) и рецептивный (чтение). Письменная речь не имеет средств звукового и интонационного выделения, характерных для устной речи. Благодаря дистантному характеру речи письменная речь может сохранять свое значение в течение длительного времени. [1:219]

В обучении письменной речи можно выделить три этапа: овладение графикой и орфографией; усвоение структурных моделей предложений; овладение письменной речью как средством общения.

Долгое время письмо (письменная речь) рассматривалось в методике лишь как средство обучения иностранному языку. В середине 80-х годов интерес к письму возродился. Этому способствовали новые данные лингвистики, лингвострановедения, психолингвистики, психологии, а также изменения в обществе и в средствах массовой коммуникации. Компьютер, телефакс и электронная почта сделали письмо одним из актуальнейших способов человеческого общения.

Письмо стало четвертым видом речевой деятельности (чтение, говорение, аудирование), подлежащим сертифицированию. Согласно Europäische Portfolio der Sprachen Dossier должно содержать различные индивидуальные работы учащегося (schriftliche Texte wie Briefe, Gedichte, Bewerbungen...) [2:109], что является еще одним убедительным аргументом необходимости овладения письменной речью на иностранном языке студентами неязыковых вузов.

В методике обучения письменной речи на иностранном языке за последние три десятилетия сформировались три основных подхода, которые изложены в работах П.Портмана [3] и Ф.Германнса [4]. Это директивный (direktiver Ansatz; gelenktes Schreiben), текстуальный (textlinguistischer Ansatz; kommunikativ-pragmatisches oder funktionales Schreiben в терминологии Ф.Германнса) и процессуальный (prozessorientierter Ansatz) подходы. Анализ данных подходов с точки зрения целесообразности их применения в условиях неязыковых вузов позволяет нам сделать возможным и полезным выбор в пользу текстуального подхода как наиболее прагматичного. В вузах неязыковых специальностей обучение письму на иностранном языке носит профессионально-направленный характер и имеет целью формирование в первую очередь тех умений, которые будут необходимы студентам в их будущей профессиональной деятельности. В этих условиях важную роль играет отбор текстового материала. В процессе



обучения проблема стилистических и грамматических ошибок не является главной, т.к. они неизбежны в продуктивных видах письма, хотя студент должен стараться уменьшить их количество и избегать коммуникативнозначущих ошибок.

Обучение письму как виду языковой деятельности студентов неязыковых вузов предусматривает совершенствование и дальнейшее развитие умений и навыков, сформированных в школе. Однако опыт показывает, что умения и навыки большинства поступивших в вуз студентов соответствуют лишь первому этапу обучения письму, т.е. учащиеся владеют графикой и в меньшей степени орфографией.

Текстуальный подход на втором этапе обучения письму позволяет студентам усваивать структурные модели предложений, соответствующие современным коммуникативным потребностям будущих специалистов.

Не исключены на этом этапе и письменные тренировочные языковые упражнения, а также условно-речевые и речевые. При выполнении таких упражнений может быть использован пикторальный язык рисунков (серии рисунков), фотографии, таблицы, карты, планы города, плакаты и т.п. Необходим для письма также печатный текст с соответствующими заданиями и, наконец, аудиотекст. К упражнениям, формирующим орфографические навыки, традиционно относят диктант, вероятно, забывая, что диктант на иностранном языке является еще и упражнением в аудировании [5:43]. Диктант развивает память, формирует умения и навыки (писать на иностранном языке под диктовку, делать записи на слух, конспектировать), необходимые в будущей профессиональной деятельности студентов. Существуют различные виды диктантов: собственно диктант, свободный диктант, диктант с пропусками, фонодиктант, восстановительный диктант, переводной диктант, диктант-сочинение, учебный диктант, зрительный диктант, диктант по памяти и т.д. Во многих современных немецких учебниках представлены разнообразные виды диктантов, которые используются на разных этапах обучения.

Совокупность всех видов и форм письменных речепроизводных расширяет и обогащает деловую и профессиональную компетенцию выпускника вуза, а также приближает ее к европейским стандартам.

#### **Список использованных источников:**

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). – СПб: «Златоуст», 1999. – с.219-221
2. Helbig-Reuter, Beate. Das Europäische Portfolio der Sprachen (I). In: DaF-H.4/2004. –S. 104-110.
3. Portmann, Paul. Schreiben und Lernen: Grundlagen der fremdsprachlichen Schreibdidaktik. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag.-1991. – 597 S.
4. Hermanns, Fritz. Personales Schreiben. Argumente für das Schreiben im Unterricht der FS Deutsch. In: M.Lieber, J.Posset (Hg.): Texte schreiben im Germanistik-Studium. – München: Iudicium, 1988.— S.45-67.

5. Häussermann, Ulrich /Piepho, Hans-Eberhard. Aufgaben-Handbuch Deutsch als Fremdsprache: Abriss einer Aufgaben-und Übungstypologie. – München: Iudicium, 1996. – S.43-48.

*Матяж Т.С.*

*Научный руководитель: Лукашова М.А., к.э.н., доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Переход экономики к модели устойчивого развития, которая основана на рациональном потреблении ресурсов и минимизации антропогенного влияния процессов производства и потребления товаров и услуг в расчете на единицу совокупного общественного продукта обуславливает необходимость развития экологического предпринимательства.

Понятие экологоориентированной деятельности в странах СНГ впервые рассматривалось в документе «Об основах экологического предпринимательства», который был принят на заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ в июне 2000 г.

Согласно этому документу экологоориентированная деятельность – это производственная, научно-исследовательская, кредитно-финансовая деятельность по производству товаров, услуг, имеющая целевым назначением обеспечение сохранения и восстановления окружающей среды и охрану природных ресурсов. К субъектам экологического предпринимательства документ относит юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность по производству продукции, выполнению работ и услуг природоохранного назначения в качестве основного направления [1].

Экологическое предпринимательство является частью предпринимательства в целом. Значит, оно должно, в первую очередь, отвечать общепринятым принципам рыночной экономики, обеспечивать стабильную прибыль. Должно иметь место льготное кредитование, выделение бюджетных средств, освобождение от таможенных сборов, ввозимых в страну наукоёмких, в частности природоохранных, технологий и специализированного оборудования, освобождение ряда работ от уплаты налога на добавленную стоимость и т. д [2].

Внедрение экологического предпринимательства на территории Донецкой Народной Республики должно являться приоритетным направлением развития предпринимательского сектора в экономике с целью охраны окружающей среды.

Развитие экологического предпринимательства на территории республики предусматривает:

- включение развития экологического предпринимательства в приоритеты бюджетной политики государства;
- формирование механизма ответственности производителей, отвечающего инновационному пути развития, и формирование приоритетных направлений экологического предпринимательства;
- содействие развитию ассоциаций экологического предпринимательства;
- поддержка коммерческих и некоммерческих организаций, имеющих разработки в области экологических инноваций через систему государственного заказа;
- содействие развитию экологической инфраструктуры;
- организация межрегионального и международного сотрудничества (реализация совместных экологических проектов, подобных финско-российскому проекту «Экопарк – центр развития сферы обращения с отходами») [2].

Развитие экологического предпринимательства в ДНР является важной задачей государственного значения, ведь оно поможет снизить антропогенное воздействие на окружающую среду, а значит и сохранит её для будущих поколений.

#### **Список использованных источников**

1. Об основах экологического предпринимательства: модельный закон: принят на XV пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ, Постановление от 13.06.2000 г. № 15-6.

2. Вершинина С.В. Экологическое предпринимательство как важнейшее направление экологизации регионального развития //Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2010. - №9. – с. 128-131

*Мальцева Н.Г., аспирант,  
Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Современный этап развития экономической теории и практики национальных экономик большинства стран мира характеризуется активизацией фактора экономической опасности. В свою очередь, это чревато потерей политической самостоятельности и суверенитета государства. Поэтому актуализируется проблема поиска механизмов обеспечения экономической безопасности государства, включая весь спектр рычагов, средств и методов.

Актуальность проблемы экономической безопасности государства имеет особое значение для современного социально-экономического состояния и

политического положения Донецкой Народной Республики (ДНР). Известно, что ДНР находится в статусе непризнанной республики со всеми вытекающими последствиями. Таковыми (последствиями) являются, прежде всего, разрыв экономических отношений со странами мира, практически полная изоляция всех экономических, политических, культурных и других связей (исключая Российскую Федерацию). В данном положении у государства нет иного пути, кроме как, опираясь на собственные ресурсы, развивать производительные силы, укреплять и развивать собственный экономический потенциал. Только так можно обеспечить политическое признание ДНР.

С позиции современной институциональной теории, доказавшей свою практическую роль в обеспечении эффективного функционирования экономических систем как на микро-, так и на макроуровне, представляется необходимым использование всей системы экономических и неэкономических институтов, способствующих развитию производительных сил. Основываясь на методе абстракции, в системе этих институтов мы выделяем следующие наиболее важные, на наш взгляд институты:

- во-первых, предприятие, как первичное звено экономики и как важнейший экономический институт предпринимательской деятельности;
- во-вторых, государство как институт, обеспечивающий функционирование национальной экономики как единого целого;
- в-третьих, институт налогообложения как экономико-административный государственный институт регулирования предпринимательской деятельности;
- в-четвёртых, институт права, закрепляющий экономико-правовое поле функционирования предприятий, что обеспечивает эффективную экономическую и институциональную среду предпринимательства.

Оценивая современное состояние производительных сил ДНР, главный экономический центр (институт) Республики – Министерство экономического развития ДНР – ещё в 2018 году определило приоритетные цели и задачи развития республики на 2018 год. Одним из главнейших приоритетов является восстановление разрушенного хозяйства и на этой основе – выведение экономики на умеренные темпы роста [1]. Эти цели остаются актуальными для перспективы на последующие годы, в том числе – на 2020 год. Учёные Института экономических исследований подготовили научный доклад, в котором обоснованы механизмы достижения целевых приоритетов экономического развития ДНР [2, с. 199-231]. Мы разделяем точку зрения авторов этого доклада относительно институциональной основы такого механизма. Представляется, что в системе институтов обеспечения развития предпринимательской деятельности как основы развития экономики ДНР важнейшими являются организация, информация и правовые институты реализации цели. Последние должны учитывать институты налогообложения, государственно-частного партнёрства и институт стимулирования труда.

Таким образом, обеспечить политическую самостоятельность и международное признание можно только на основе экономического развития и обеспечения экономической безопасности государства.

Основой развития макроэкономики (экономики государства как единого целого) является устойчивое развитие микроэкономики – развитие материальной основы предприятий, развитие предпринимательской деятельности как таковой во всех её формах, включая предприятия малого и среднего бизнеса.

В решении проблемы развития экономики ДНР необходим комплексный подход к восстановлению ресурсного потенциала республики. Только на такой основе возможно восстановление разорванных экономических отношений с хозяйствующими субъектами вне данной территориальной системы.

Комплексный подход к обеспечению экономической безопасности государства предполагает использование сложного механизма, который включает не только собственно экономические институты решения проблемы, но и использование широкого спектра неэкономических институтов, без которых ни одна экономическая система не может быть жизнеспособной.

#### **Список использованных источников**

1. Цели и задачи ДНР на 2018 год. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-live.ru/tseli-i-zadachi-profilnyih-ministerstv-dnr-na-2018-god//> – (Дата посещения: 07.10.2019).

2. Экономика Донецкой народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад. – Донецк, 2018. – 260 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://issuu.com/econri/docs/konomika\\_dnr\\_nauchnyj\\_doklad\\_20](https://issuu.com/econri/docs/konomika_dnr_nauchnyj_doklad_20) (Дата посещения: 07.10.2019).

*Мелюс Б.В., аспирант*

*Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Современный этап развития мировой экономики характеризуется процессом активного использования института государственно-частного партнёрства (ГЧП). С появлением этой формы организации предпринимательской деятельности существенно изменяется система экономических отношений государства и частного бизнеса. Эти изменения проявляются в следующем:

- изменяется сфера деятельности государства и частного бизнеса: частный капитал проникает в отрасли, в которых ключевые позиции традиционно принадлежали исключительно государству (коммунальные и энергетические сети, морские и речные порты, аэропорты; правоохранительная и военная сферы);

- изменяются целевые ориентиры, как государства, так и частных предприятий: от цели исключительно увеличения прибыли частный бизнес приходит к цели сохранения устойчивости бизнеса, следствием чего является устойчивость доходности предприятия;

- изменяются социально-экономические эффекты совместной деятельности государства и бизнеса: акцент делается не только на прибыльность проекта ГЧП, но на достижение социальных эффектов;

- гармонизируются интересы государства и бизнеса, тем самым обеспечивается социальная стабильность и спокойствие в обществе, а развитая инфраструктура создаёт возможность активизации социально-экономических отношений, что обуславливает дальнейшее развитие страны.

Учитывая историческую практику использования института государственно-частного партнёрства в развитых и развивающихся странах мира, его (ГЧП) позитивные эффекты, Народный Совет Донецкой Народной Республики 11 августа 2017 года принял закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве» [1]. Принятие этого закона в пакете первоочередных законов в законотворческой деятельности Республики во многом обусловлено особым положением ДНР. С одной стороны, экономика государства разрушена; с другой стороны, практически оборваны экономические связи с зарубежными партнёрами (в силу непризнания ДНР как государственного территориального образования). В результате существенно ограничены инвестиционные ресурсы не только для обеспечения расширенного воспроизводства, но для восстановления разрушенной экономики. Поэтому для ДНР весьма актуальной проблемой является использование любых систем отношений, способствующих формированию инвестиционных ресурсов. Накопленный международный опыт использования отношений ГЧП подтверждает позитивный эффект этой институциональной формы организации государственно-частного бизнеса, что и предопределило принятие соответствующего закона.

Стратегия развития института государственно-частного партнёрства в ДНР вытекает из целей и задач партнёрства, сформулированных в статье 2 «Закона». Закономерно, что первым пунктом обозначена цель ГЧП – привлечение в экономику частных инвестиций, концентрация материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и прочих ресурсов. На формирующейся материальной основе государство призвано решить ряд стратегических задач:

- создать условия для эффективного взаимодействия партнеров в целях устойчивого социально-экономического развития ДНР;

- повысить уровень жизни населения;

- повысить эффективность использования ресурсов, находящихся в государственной или муниципальной собственности;

- способствовать развитию научно-инновационной деятельности;

- повысить технический уровень производства, совершенствовать технологические процессы;

- формировать и развивать транспортную и социальную инфраструктуру;
- эффективно использовать бюджетные средства;
- повысить качество товаров и услуг;
- обеспечить рост занятости населения.

Как подчёркнуто в научном докладе сотрудников «Института экономических исследований», эти цели и задачи определены на длительную перспективу [2, с.168]. Однако необходимо заметить, что пока они реализуются с трудом. На наш взгляд, мало принять закон, необходимо создать условия для его действия. В настоящее время полностью отсутствует информация о результатах закона о ГЧП. Прошло почти два года со времени его принятия, а результаты не отражены ни в официальных источниках, ни в сообщениях учёных. Активизировать действие этого закона в условиях ДНР, на наш взгляд, возможно посредством механизма концессионных соглашений.

### **Список использованных источников**

1. Закон ДНР «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве» № 188-ІНС от 11.08.2017. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatie/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-gosudarstvenno-chastnom-i-munitsipalno-chastnom-partnerstve/>. (Дата посещения: 07.10.2019).

2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – 260 с.

***Мишечкин Г.В., к.и.н., доцент***

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

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ М. И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ П. А. СТОЛЫПИНА: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ**

В преддверии 100-летнего юбилея ДонНУЭТ и 155-летия М.И. Туган-Барановского существует острая необходимость еще раз обратиться к творческому наследию выдающегося ученого. В связи с этим интересным и недостаточно исследованным является сравнительный анализ взглядов М.И. Туган-Барановского и П.А. Столыпина. Учитывая небольшой объем, в работе поставлена цель: выявить общее и особенное в теоретических взглядах М.И. Туган-Барановского и практических преобразованиях П.А. Столыпина по отдельным направлениям социально-экономического развития России.

Анализируя ход преобразований П.А. Столыпина, М.И. Туган-Барановский указывал на важность законодательных инициатив: «Законы эти

должны сыграть огромную роль в истории нашей общины и нужно думать, приведут к крушению общины» [1, с. 248-249]. Подводя некоторые итоги аграрных преобразований начала XX века в России, ученый-экономист замечал, что до 1906 г. около  $\frac{3}{4}$  крестьян владело землей на общинном уровне, а в результате реформ число крестьян, владеющих землей на праве частной собственности значительно превысило число общинников [1, с. 250].

Исследователи отмечают, что обоим деятелям отличало понимание важности повышения качества высшего образования в России, в т. ч. экономического образования. Как известно Туган-Барановский стоял у истоков создания ДонНУЭТ, который носит его имя и сегодня. Одним из инициаторов открытия 19 февраля 1907 г. в Москве Коммерческого института Московского общества распространения образования (ныне – Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова) выступил Столыпин [2, с. 86-87].

В годы столыпинских реформ особое место отводилось кооперации. В этой сфере взгляды Столыпина были близки к теоретическим взглядам Туган-Барановского [2, с. 87]. М.И. Туган-Барановский был выдающимся деятелем кооперативного движения, в 1909 г. создал и возглавил журнал «Вестник кооперации». Разработал основные принципы кооперации, но не исключал и другие формы организации труда, сочетающие свободную кооперацию с индивидуальным ведением хозяйства. В начале XX века эту идею попытался реализовать на практике П.А. Столыпин. По мнению Туган-Барановского, Сибирский союз маслодельных артелей, активно развивающий свою деятельность при Столыпине, – одно из самых значительных дел русской кооперации и соответствует лучшим образцам европейской кооперации [3, с. 316-318].

Российский исследователь Л.В. Юркина уточняет, что Туган-Барановский выступает категорически против кооперирования непосредственно в сфере сельскохозяйственного производства. Он стоит за кооперирование крестьян во имя решения «околопроизводственных» вопросов. Само же сельскохозяйственное производство остается уделом крестьянской семьи. Туган-Барановский за индивидуальное ведение крестьянского хозяйства, за формирование зажиточных крестьян-собственников, и в этом он близок к позиции Столыпина [4, с. 45].

По мнению ученого-экономиста, роль различных инновационных факторов, исследование их влияния на социальную среду, на жизнь всего населения России в конечном итоге определяют циклическое развитие промышленности и всей хозяйственной деятельности. Во многом эти взгляды созвучны подходу П.А. Столыпина в его преобразованиях.

Выдающийся ученый-теоретик М.И. Туган-Барановский и напористый политик-практик П.А. Столыпин мыслили и пытались реализовать свои взгляды позитивном для России русле. Неподдельная любовь к Родине во многом сблизила взгляды столь разных людей, стоящих иногда на разных идеологических позициях. Следует подчеркнуть, что между П.А. Столыпиным и М.И. Туган-Барановским можно найти немало общего, несмотря на



расхождения в их взглядах на важнейшие проблемы социально-экономического развития России. Практические преобразования Столыпина в отдельных случаях опирались на идейно-теоретические конструкции Туган-Барановского.

#### **Список использованных источников**

1. Туган-Барановский М.И. Избранные сочинения. В 2-х тт. Научный редактор и автор вступительной статьи Л.И. Дмитриченко. Т. 2. Основы политической экономии. – Донецк: ДонНУЭТ, 2004. 686 с.
2. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Петр Аркадьевич Столыпин – реализованные и упущенные возможности в реформировании России // Экономические стратегии. 2013. № 6. С. 84-95.
3. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989. 496 с.
4. Юркина Л.В. Историческая роль кооперативного движения в России // Аграрные реформы и развитие многоукладной экономики в России: Материалы межрегиональной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов, посвященной 150-летию со дня рождения П.А. Столыпина, 2-20 апреля 2012 г. / колл. авторов. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2012. С. 44-46.

***Моисеева Ф.А., канд. филос.наук, доцент**  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

#### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КАФЕДРЕ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

Поиск новых форм и путей повышения эффективности изучения иностранных языков был бы невозможным без разработки идеологии обучения иностранным языкам, а также создания прочного фундамента – необходимой научно-методической базы, с набором эффективных инструментов - современных инновационных технологий для реализации такой стратегии.

Кафедра интенсивно работает над обновлением методической базы. Разрабатываются интерактивные модели обучения для студентов всех направлений подготовки и курсы электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Преподаватели кафедры подготовили и опубликовали 4 учебных пособий за счёт средств кафедры, разработали дистанционные курсы и другие учебно-методические материалы коммуникативной направленности с использованием интерактивных форм общения на иностранном языке.

С целью повышения эффективности преподавания иностранного языка и изучения дисциплин кафедры с применением инновационных технологий, в

мае 2013 г. была принята и утверждена Концепция развития образовательной деятельности на 2013-2018 учебный год в соответствии с требованиями университета и развития современного общества. В феврале 2018 года она была пересмотрена и отредактирована, утверждена на Ученом совете университета.

Концепция предусматривает дальнейшее совершенствование методической работы кафедры с применением инновационных технологий.

До 2014 года была заложена хорошая теоретическая и практическая база. Так, ряд преподавателей принимал активное участие в работе Британского Совета в Донецке, посещали семинары, проходили подготовку на курсах по изучению европейского опыта обучения интенсивным методикам преподавания иностранного языка, языка делового общения.

В 2016 году на кафедре было принято положение «Обоснование перехода к интенсивной методике в новых условиях выполнения учебной нагрузки».

Цель этого положения заключается в усовершенствовании методики преподавания в условиях лимита времени для усвоения той или иной темы (реанимация методик Шаталова и Китайгородской). Интенсивная методика включает в себя большой объем работы с использованием опорных конспектов, отработку автоматических, спонтанных речевых навыков с использованием готовых словарных конструкций.

В соответствии с данным Положением для преподавателей работают Школа педмастерства, тренинги, научно-методический семинар. Начало тренингам заложено двумя Международными конференциями и Всеукраинской научно-практической конференцией «Английский язык для профессиональных целей: новые горизонты».

Преподаватели кафедры были участниками проекта Британского Совета по вопросам преподавания английского языка для профессиональных целей. Получили сертификаты и щедро делятся опытом и знаниями с молодыми коллегами.

Хочется отметить, что одной из эффективных форм, включающей элементы инновационных технологий в процессе изучения иностранных языков, стало проведение on-line семинаров и лекций.

В рамках договора о сотрудничестве между ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и Белорусским торгово-экономическим университетом потребительской кооперации (г. Гомель, Республика Беларусь) с целью культурно-образовательного просвещения и более близкого ознакомления с Донбасским регионом 27 апреля 2017г. был проведен совместный on-line семинар на английском языке на тему «Virtual excursion: Seven Wonders of Donbass», а в апреле 2018 года с ними же проводилась телеконференция. С научными докладами по тематике туризма, маркетинга, менеджмента, банковского дела в режиме Skype выступили наши студенты ДонНУЭТ и несколько студентов Белорусского торгово-экономического университета (телеконференцию готовили и проводили преподаватели Карнаух В.В., Черток Н.А., Усиков В.А., Смазной В.В., Головина В.О. и преподаватели Белорусского

университета кафедры иностранных языков.

Преподаватели также участвовали в проведении on-line лекций на английском языке со студентами направления подготовки «Холодильные машины и установки» нашего университета. Это стало хорошей традицией.

Преподаватели кафедры проводят активную работу по привлечению студентов к научной деятельности. Продолжает свою работу **центр лингвистической поддержки «FORLAN»**. На базе центра успешно работает **студенческий научно-практический семинар «Talk Club»** и «Sprachklub». В 2017г. 80 студентов университета приняли участие в работе научно-педагогического семинара. Материалы докладов студентов используются для разработки учебных пособий.

Новым в работе научно-практических семинаров стало и то, что ведущие преподаватели кафедры используют их как перспективную площадку для проведения расширенных открытых занятий со студентами 1-3 курсов по следующей тематике: страноведение, социально-культурная сфера, вопросы спорта, молодёжи и туризма, проблемы патриотического воспитания современной молодёжи. Преподаватель разрабатывает сценарий по теме научно-практического семинара, готовит лингвистический и экстралингвистический материал, техническую и аудио-визуальную поддержку занятия, привлекает спикеров и участников не только из своей группы, но также и из смежных групп или данного потока студентов, приглашает своих коллег участвовать в качестве меодераторов.

Внимания заслуживает и участие наших преподавателей в работе курсов иностранных языков при ЦДПО. Основными направлениями подготовки на этих курсах являются: углубленное изучение иностранных языков, подготовка к международным экзаменам и получение сертификата. Используются элементы инновационных технологий: мастер-классы, аудио-визуальные презентации с использованием интернет-ресурсов и компьютерных приложений, на текущих занятиях по дисциплинам кафедры.

Запущен научный проект «Кафедра→гуманитарный лицей». Целью которого является оказание научной и методической помощи учащимся лицам, привлечение лицеистов к мероприятиям кафедры и к работе над госбюджетной темой кафедры, активизация среди лицеистов профориентационной работы.

Одной из интересных, новых форм работы с молодёжью колледжей, лицеев и гимназий, стало научное руководство со стороны преподавателей кафедры (преподаватели Соловьев С.Г. и Усачев В.А.) деятельностью способных студентов, лицеистов и гимназистов, их подготовкой к участию в мероприятиях МАН Республики.

Таким образом, кафедра проводить постоянную работу по поиску новых эффективных методов обучения иностранному языку; расширяет связи с профильными кафедрами учебных заведений ближнего и дальнего зарубежья; ищет новые формы для активизации инновационных форм и методов обучения, а также продолжает плановую работу по методическому обеспечению

дисциплин кафедры с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **Список использованных источников**

1. Макаров М.Л. Основы Теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003-280 с.
2. Карлофф Б. Деловая стратегия: пер с англ. / Б. Карлофф. – М.: Экономика, 1991.-239 с.

*Некрасова О.Л., д.э.н, доцент; Некрасов М.А.  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **ИННОВАЦИОННЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕДУЦИРУЮЩИЕ ИХ НЕГАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ**

На современном этапе развития общества отрасль металлургии является одной из лидирующих отраслей промышленности по уровню негативного воздействия, оказываемого на окружающую среду. Исходя из этого, решение вопроса о сокращении выбросов предприятий металлургии и перехода данной отрасли на принцип «Экологически чистого производства» является наиболее актуальным в процессе защиты экологии окружающей среды.

Поиску технологических способов сокращения негативного воздействия металлургических предприятий на окружающую среду посвящены научные труды: Большиной Е.П., Денисенко Г.Ф., Лисина В.С., Леонова Л.И., Старка С.Б., Черноусова П.И., Юсфина Ю.С. и др.

Целью данного исследования является поиск инновационных векторов развития металлургических предприятий редуцирующих их негативное воздействие на окружающую среду.

Практическая значимость результатов исследования состоит в необходимости применения современных технологий для уменьшения уровня отрицательного воздействия металлургических предприятий на окружающую среду и предотвращения опасных последствий в жизни современного общества.

Отрасль металлургии занимает второе место в мире по размерам вредных выбросов в атмосферу. Выбросы предприятий металлургического комплекса загрязняют почвы, пагубно влияют на химический состав поверхностных и подземных вод, атмосферу, уничтожают растительность и приводят к возникновению техногенных зон, прилегающих к металлургическим заводам.

Древние способы получения стали подразумевали использование древесного угля, в качестве топлива, следствием этого являлась вырубка лесов. В процессе модернизации промышленности и перехода металлургической отрасли на новые способы производства стали, в качестве топлива началось активное использование кокса, каменного угля и природного газа. Деятельность

металлургических предприятий стала оказывать негативное влияние в основном на атмосферу, загрязняя её различными видами газообразных выбросов. Около 6млн. т углекислого газа, оксидов серы, азота, а также пыли, содержащей графит и различные металлы поступают в атмосферу в результате сжигания топлива. По статистическим данным загрязнения вследствие деятельности предприятий черной металлургии занимают радиус в несколько десятков километров, а на 1 кв.м выпадает от 5 до 15кг пыли в сутки[1, с.9].

Данные измерения указывают на основную причину образования, так называемых, кислотных дождей, которые наносят большой вред экологии и приводят к разрушению различного вида строений. Однако большая часть предприятий металлургии (около 70%) имеют газоочистные установки, но в действительности примерно 40% отходов не подвергаются очистке[1, с.9].

Кроме атмосферы страдает также химический состав поверхностных и подземных вод. Предприятия, специализирующиеся на черной металлургии – крупнейшие потребители воды, ее потребление 3 млн.куб.м в сутки[1, с.10].Значительное количество водных ресурсов задействовано в доменном, сталеплавильном и прокатном производствах. Доля металлургии в объёме выброса вод на сегодняшний день достигла практически 18% [1, с.6].

В ходе металлургического производства образуется масса твердых отходов. Шлаки металлургических производств содержат большие количества фосфористых и СаО соединений, помимо железа [1, с.13], так в среднем под горные работы и шлакоотвалы одного предприятия занято примерно 130 тысяч га. На металлургическом производстве образуется примерно 3 млн.т твердых отходов, утилизации подвергается лишь 34% из них[1, с.12].

Для защиты атмосферы от вредных выбросов необходимо применять планировочные мероприятия, в процессе которых следует выбирать место для строительства нового предприятия с учетом близости городских поселений и направлению ветров в данной местности, в результате чего возможно значительно снизить вредное влияние металлургических выбросов на человека.

При производстве следует применять наиболее мощные технологические агрегаты. Например, использование крупной доменной печи с большим объёмом взамен доменным цехам, а также использование электроэнергии в качестве топлива. Однако наиболее эффективным способом повысить степень экологической эффективности производства является применение газоочистных аппаратов. Для улавливания вредных выбросов и их отчистки необходимо на всех предприятиях применять цеховые фонари, защитные колпаки и кожухи и зонты.

Наиболее эффективным методом является установка защитных кожухов, которые практически полностью исключают проникновение пыли и вредных газов в атмосферу. В качестве защитных кожухов возможно использовать межконусное пространство доменной печи и камеру вагоноопрокидывателя на различных этапах производства. Необходимо применять различные способы очистки газов, это абсорбция – промывание газа жидкостями, адсорбция – использование твердых веществ, в качестве фильтров и перевод

выбрасываемых газов в другие агрегатные состояния с дальнейшим исключением из их состава вредных примесей.

Для эффективной очистки от мелкодисперсной пыли есть возможность применять тканевые фильтры и электрофильтры. Тканевые фильтры, состоящие из синтетических тканей (лавсана, нитрона) надежны и обеспечивают устойчивую очистку газов. Электрофильтры обеспечивают большую скорость фильтрования при более высоких температурах и занимают меньше места.

Для защиты поверхностных и подземных вод возможно использовать механические, реагентные, а также безреагентные способы. Они способствуют уменьшению опасных последствий связанных с загрязнением поверхностных и подземных вод. Механические способы основаны на отделении нерастворимых отходов от общей массы воды. Для этих целей применяются различного рода решётки, фильтры, сетки, а также отстойники. После механической очистки сточные воды перенаправляются на реагентное очищение. Такой способ наиболее широко применим для удаления кислот, щелочей и солей металлов из состава сточных вод. Безреагентные методы включают в себя сорбционную, электрохимическую, радиационную и другие виды очисток. Однако данные методы требуют использования дополнительной энергии. Экономически целесообразным, является мембранный процесс очистки с использованием мембран из различных материалов (ацетат целлюлозы, полимеры, стекло). Данный метод позволяет вторично использовать воды в дальнейшем после извлечения из них ценных веществ и нежелательных примесей.

Таким образом, назрела необходимость формирования принципа «Экологически чистого производства» (ЭЧП), т.е. способа производства товаров и услуг, основной задачей которого является предотвращение негативного влияния производств на экологию. Это подразумевает: сокращение сырьевых и энергозатрат, снижение токсичных выбросов и уменьшение отходов в процессе производства, применение новейшего технологического оборудования, а также обязательное применение рециклинга – переработки отходов и их вторичное использование.

Так, например, автор методики расчета уровня воздействия предприятий на экологию Тобиас Хан считает, что: «Чем меньше природных ресурсов использует компания и чем больше ее деятельность основывается на «ноу-хау» персонала, тем более высокой степенью экологической эффективности она обладает». Таким примером, является крупнейшая компания производитель металла Ruukki (Финляндия). Один из крупнейших заводов компании расположен в центре небольшого города Раахе. Город принято считать одним из туристических центров Финляндии, несмотря на близость крупного металлургического комбината. Данный феномен обусловлен высокой оснащенностью предприятия новой техникой и производством продукции по экологически чистым технологическим процессам.

Таким образом, для сокращения негативного воздействия металлургии на экологию необходимо повышать экологическую эффективность предприятий

данной отрасли с помощью перехода на принцип «Экологически чистого производства». Данный принцип подразумевает сокращение количества затрачиваемых сырьевых и энергетических ресурсов, а также подразумевает вторичное использования и сокращение вредных выбросов и отходов путем внедрения новейших технологий производства и замены устаревшего оборудования.

#### **Список использованных источников**

1. Большина Е.П. Экология металлургического производства: Курс лекций. - Новотроицк: НФ НИТУ "МИСиС", 2012. - 155 с.
2. Газоочистные аппараты и установки в металлургическом производстве. Учебник для вузов/ С.Б. Старк. Изд. 2-е, перераб. и доп. - М.: Металлургия, 1990. - 400с.

**Овсянникова В.В.**

**Научный руководитель: Забарина Д.А., к.э.н., доцент**  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Глобализация мировой экономики, стремительное развитие внешней среды, усиление конкурентной активности между производителями товаров и услуг приводят к необходимости определения наиболее оптимального подхода к управлению предприятием и получению конкурентных. На современном этапе развития рыночных отношений таким подходом являются стратегическое управление бизнесом, создание и использование различных стратегий развития предприятия.

Стратегическое управление предприятием – это сложный процесс, для которого необходимо выполнение комплекса взаимосвязанных операций. Практическая значимость научных исследований в этой области постоянно возрастает, для этого необходимо формирование методологических подходов в области стратегического управления предприятием. Для их разработки необходимо знать теоретическую базу. Поэтому, целесообразно рассмотреть теоретические взгляды на определение понятия «стратегическое управление».

На сегодняшний день существует целый ряд определений стратегического управления, в которых основное внимание уделяется различным аспектам и особенностям этого процесса. Можно отметить наиболее частые аспекты:

- ориентация на параметры организационной среды;
  - определение долгосрочных целей организации и путей их достижения
- их достижения;

- определение стратегического управления как деятельности по реализации стратегии [1].

Так, например, И. Ансофф определяет стратегическое управление как «деятельность, связанную с формулированием целей и задач организации и поддержанием ряда отношений между организацией и внешней средой, что позволяет им достигать своих целей, соответствовать своим внутренним возможностям и сохранять чувствительность к внешним потребностям» [1]. Аналогичной точки зрения придерживается и ряд остальных зарубежных ученых, таких как А. Роу, Д. Шендель, К. Хаттен, рассматривая стратегическое управление как «деятельность по установлению отношений организации с внутренней средой, состоящую в реализации выбранных целей и стремлении достичь желаемого результата, позволяющего плодотворно заниматься деятельностью предприятия» [3].

Отечественные научные деятели Л. О. Богачкова и Н. И. Водачек также придерживаются вышесказанного подхода, но отметили, что стратегическое управление – это «набор действий и приемов по разработке и реализации стратегии предприятия, то есть творческий процесс формирования, а затем реализации целей, планов и задач содержащихся в документе» [1].

А. Томпсон и А. Стрикленд считают, что стратегическое управление - это «план управления компанией, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребностей потребителей и достижение поставленных целей» [3]. И Джон. Пирс и Р. Робертсон представляют это понятие как «совокупность решений и действий по формулированию и реализации стратегий, направленных на достижение целей организации» [2].

Эти подходы к трактовке понятия стратегического управления позволяют по-разному сочетать и расставлять новые акценты, что позволяет расширить его восприятие. Так, например, В. Д. Марков и С. А. Кузнецов объединили 2 подхода и подчеркнули важность управления человеческими ресурсами в стратегическом управлении предприятием. Они сказали: «Стратегия предприятия – это ручная система, которая опирается на человеческий потенциал как основу деятельности компании, организывает производственную деятельность в соответствии с требованиями заказчиков, поддерживает строгую регламентацию и постоянное совершенствование деятельности предприятия, что позволяет достичь конкурентного преимущества, в конечном итоге дает возможность достичь своих целей в будущем» [2].

Таким образом, проанализировав все подходы к определению понятия «стратегическое управление» его можно определить как процесс реализации и принятия стратегических решений, отражающий приоритетные цели и динамику, прогнозирование будущего, прогнозирование состояния окружающей среды и производственных методов адаптации к ее изменениям. Основная идея концепции стратегического управления заключается в создании условий для долгосрочного процветания организации через постоянное развитие и укрепление позиций конкурентоспособности. Для успешного



функционирования организации в современных условиях требуется благоприятное сочетание ее внутренних возможностей и внешних условий.

#### **Список использованных источников**

1. Виханский, О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский – Москва: «Экономист», 2006. – 332 с.
2. Клейнер, Г.Б. Стратегия предприятия / Г.Б. Клейнер – Москва: «Дело», 2008. – 256 с.
3. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд – Москва; СПб.; Киев: «Вильямс», 2003. – 550 с.

*Одинцова Е.А., к.ю.н., доцент  
Кондратьев В.А., к.ю.н., доцент*

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

### **ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОО ВПО В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Становление и развитие в Донецкой Народной Республике собственной системы высшего образования, уход от тоталитарных методов управления в этой системе и построение гражданского общества предполагает четкую ориентацию на человека, на его всестороннее развитие и самореализацию. Тенденции обновления системы образования определяют необходимость инновационного развития образования на принципах демократизации, формирование современной действенной системы управления образовательными учреждениями.

Анализ практической деятельности образовательных организаций высшего профессионального образования ДНР свидетельствует, что, в основном, система управления образовательными организациями остается традиционной и существенных новаций не претерпела. Формирование собственных стандартов образования и его интеграцию в систему образования Российской Федерации демонстрирует необходимость реформирования образовательной системы республики, акцентируя внимание на радикальных изменениях и преобразованиях в системе управления образованием, что позволит выйти на новый уровень

Новейшая инновационная технология управления ОО ВПО – это строго научно обоснованная система управленческих средств, форм и методов, их поэтапное внедрение и нацеленность на решение конкретных образовательных задач современности.

Согласно этого, инновация должна характеризовать профессиональную деятельность каждого руководителя, педагога ООВПО, так как нововведения, т.е. инновации, не возникают сами собой, а являются результатом научных

поисков, анализа, обобщения управленческого и педагогического опыта [1, с.69-71].

В настоящее время одной из основных проблем управления учреждениями высшего образования является то, что в современных условиях образовательным организациям необходимо преобразование их из строго научно-образовательной структуры в коммерческо-финансовую научно-образовательную систему. При таком преобразовании ОО ВПО ДНР для достижения оптимального взаимодействия финансового, коммерческого, научного и интеллектуального капитала потребуются новые механизмы управления, реализация которых может осуществляться, в основном, путем применения инновационных методов управления. Отличие таких методов от традиционных проявляется в том, что цель традиционного государственного управления состоит в обеспечении оптимального функционирования объект-субъектных компонентов системы образования, а цель инновационного управления заключается в переводе образовательной системы, ее содержания и объект-субъектного потенциала на более высокий качественный уровень, в обеспечении развития и обновления, соответствия уровня образования требованиям современности [2, с. 19].

Таким образом, инновационное управление ОО ВПО ДНР требует единой структуры, которая занималась бы только реализацией продуктов и услуг, предоставленных ОО ВПО ДНР, то есть необходимо выделить значимость применения инновационного подхода как механизма формирования и оптимизации внутренней среды учреждений высшего образования. Инновационное управление ОО ВПО ДНР требует высокого уровня профессионализма руководителей, условий работы, уровня управленческого состава и личности руководителя.

Инновации управленческой деятельности можно классифицировать по уровню, продолжительности, технологии осуществления, задачам, месту реализации, направлениям, результатам и месту в управленческом цикле.

Наиболее перспективным является исследование возможностей моделирования инновационного управления ОО ВПО ДНР и разработка уровней готовности руководителей образовательных организаций к инновационному управлению.

Использование инновационных технологий в системе управления образовательными организациями высшего профессионального образования в ДНР будет способствовать повышению эффективности управления учебным заведением, что будет надежной гарантией достижения высокого уровня обучения, быть эффективными по результатам и оптимальными по времени, способствовать развитию социальной и профессиональной мобильности педагогов, их конкурентоспособности на рынке труда и быстрой адаптации к современным образовательным потребностям.

### **Список использованных источников**

1. Нычкало Н. Педагогическая инноватика в профтехобразовании // Профессионально-техническое образование. – №3. – 2007. – С.69-71.
2. Управление учебным заведением: Учебно-методическое пособие. В двух частях. Ч.2. и Ч.1. Ключ к профессиональному успеху / А.И.Мармаза, А.М.Касьянова, В.В.Григораш и др. – Х.: Веста: Вид-во «Ранок», 2003. – 152 с.

*Онищенко С.С.*

*Научный руководитель: Фомина М.В., д.э.н., профессор  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА**

В современной экономической науке накоплен значительный теоретический опыт изучения проблемы государственного регулирования рынка. Вклад ученых в разработку проблематики как общетеоретических, так и практических вопросов регулирования рынка огромен. Однако необходимо отметить, что в настоящий момент остаются недостаточно изученными вопросы методологии воздействия государства на соотношение предложения товарной продукции и спроса на нее, а также отсутствует эффективный механизм принципов государственного влияния на спрос и предложение.

В течение всего XX столетия сочетание рынка и государства принимало разнообразные формы. Рынок и государство выполняют особые, присущие только им функции и существуют в неразрывном единстве [1].

Экономисты сделали выводы о существовании рыночных «провалов», которых нельзя избежать и которые делают экономическое равновесие труднодостижимым. Сегодня специалисты утверждают, что исправить положение может только вмешательство государства путем усовершенствования регулирующих институтов рынка.

Одним из важнейших направлений современного государственного регулирования является воздействие государства на соотношение предложения товарной продукции и спроса на нее, вернее, воздействия на рынок.

Спрос и предложение представляют собой категории сферы обращения, и потому в их движении отражаются многообразные факторы. Одни из них возникают в самой сфере рыночных отношений, другие обусловлены развитием производства, распределения и потребления.

Государство проводит экономическую политику, направленную на уменьшение разрыва между предложением и спросом. По мнению отдельных авторов, государственное регулирование – это наиболее важный и эффективный элемент всей системы воздействия на потребительский рынок [2].

Государственное регулирование спроса включает как воздействие на частные расходы на товары, так и дополнение их государственными расходами

с целью обеспечить устойчивые темпы экономического роста. Экономическая политика государства оказывает влияние на формирование составных элементов совокупного платежеспособного спроса. Проводимая государственная экономическая политика может способствовать развитию потребительского спроса.

Большое значение для изменения объема закупок конечной продукции производства и строительства имеют расходы на предметы потребления, так как последние формируют более половины конечного спроса. Основным средством государственного воздействия на объем закупок предметов потребления служит налоговая политика. Изменяя ставки налога на личные доходы, размер необлагаемого налогом минимума, государство непосредственно регулирует объем денежных средств, остающихся в распоряжении потребителей. Однако анализ эффективности налоговой политики государства приводит к выводу, что изменение объема потребления не находится в прямой зависимости от изменения денежных доходов населения. Рост доходов увеличит совокупный платежеспособный спрос, который в свою очередь является стимулом к расширению производств. Расширяющиеся производства будут предъявлять больший спрос на ресурсы, в том числе на труд, и таким образом возникнет мультипликативный эффект [3].

Главным источником денежных доходов государства являются налоги. Рост государственных расходов на покупку товаров и услуг означает одновременное сокращение денежных доходов налогоплательщиков. В зависимости от социальной природы налоговой политики и государственных расходов, перераспределение денежных доходов может оставить объем спроса на товары без изменения, увеличить или уменьшить его. Анализ экономической политики государства показывает, что она способствует росту спроса на товары и что этот рост достигается за счет доходов эксплуататорских классов. Когда в форме налогов в государственный бюджет поступает часть доходов населения, то расширение государственных расходов ведет лишь к перераспределению совокупного спроса. Реальный прирост спроса будет обеспечен лишь в том случае, если в форме налогов в государственный бюджет будет изъята часть частных сбережений отдельных лиц. Государственные расходы, финансируемые из этого источника, расширяют для частного капитала рынки сбыта товарной продукции.

По данным западной статистики, доходы 35–55% налогоплательщиков не превышают официально установленного прожиточного минимума. Именно эта часть налогоплательщиков уплачивает государству основную часть налоговых платежей [4].

Таким образом, рассмотренные особенности государственного регулирования рынка представляют собой взаимообусловленную и взаимосвязанную систему, эффективность использования которой зависит от реального состояния экономики, уровня организационной структуры, форм и методов управления. Только комплексное использование всех методов и форм воздействия государства на формирование спроса и предложения позволяет

оптимизировать его объем и структуру в соответствии с национальными интересами, стратегическими задачами и целями.

Всё вышеизложенное дает основание утверждать, что использование государственных рычагов воздействия на соотношение предложения и спроса можно рассматривать как необходимое звено в системе регулирования экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Ганкевич О.Д. Современные проблемы науки и образования // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2008. – № 1. – С. 75–79.
2. Государственно-монополистический капитализм: общие черты и особенности коллектив авторов. – Политиздат 1975.
3. Гуренко В.И. Методы и принципы государственного регулирования потребительского спроса населения // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 5. – С. 252–259.
4. Данилов А.А., Данилова В.А., Литвинова Е.В. Основные направления развития потребительского рынка товаров и услуг на макро- и мезоуровнях // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С. 18–30.

*Пуха А.А.*

*Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

#### **MERCOSUR**

Международная экономическая интеграция — характерная особенность современного этапа развития мировой экономики. В конце XX в. она является мощным инструментом быстротечного развития региональных экономик и повышения конкурентоспособности на мировом рынке стран — членов интеграционных группировок. Сегодня предметом исследования специалистов в области всемирной истории становятся мировые интеграционные процессы.

Нельзя оставить без внимания историю создания и развития одной из самых сильных межгосударственных объединений Южной Америки: МЕРКОСУР. Объединяя значительное количество стран, эта организация представляет континент и делает уверенную заявку на лидерство.

МЕРКОСУР – субрегиональный торгово-экономический союз. Основной стратегической целью МЕРКОСУР выделяет для себя создание объединения, способного гарантировать экономический рост его участников на основе интенсивной взаимной торговли и эффективного использования инвестиций, а также повышение международной конкурентоспособности экономик субрегиона. Ведет свою деятельность на общем рынке стран Южной Америки. Основной род деятельности – это регулирование правил торговли для стран

Южной Америки. Странами-участницами этой организации являются Аргентина, Бразилия, Парагвай, Уругвай и Венесуэла [1].

«Рынок Южного конуса» оказался наиболее эффективно развивающимся интеграционным блоком Латинской Америки. Создание МЕРКОСУР повлекло за собой увеличение темпов торговли между его участниками: за 1991–1997 она выросла приблизительно на 6 раз, однако товарооборот стран Южного конуса с развитыми странами почти не меняется. В зоне свободной торговли стран-участниц ликвидированы таможенные пошлины и другие ограничения на 90% товаров, согласованы общие внешние тарифы для торговли с третьими странами на 85% импортируемых товаров. За время существования МЕРКОСУР произошло расширение торгово-экономического сотрудничества с другими торговыми группировками Латинской Америки.

МЕРКОСУР продолжает оставаться на позиции крупнейшего интегрированного рынка Латинской Америки, где проживает более 200 миллионов человек, 50% совокупного ВВП (свыше 1 трлн. долл.), 40% прямых иностранных инвестиций, более 60% совокупного объема товарооборота и 33% объема внешней торговли южноамериканского континента.

Несмотря на достаточно положительные результаты (по меркам интеграционных группировок развивающихся стран), МЕРКОСУР страдает от тех же проблем, которые препятствуют развитию практически всех интеграционных объединений «третьего мира». Главные из них – это разнотипность стран-участниц и относительно низкий уровень их экономического развития [1,2].

В рамках МЕРКОСУР крупные и относительно сильные «новые индустриальные страны» (Бразилия и Аргентина) пытаются интегрироваться с гораздо более слабыми (Парагваем и Уругваем). Создание единых условий промышленной конкуренции ведет к тому, что менее индустриально развитые Парагвай и Уругвай могут оказаться в роли подчиненных у более сильной стороны. Вследствие чего для них стабильно действуют некоторые исключения из правил либерализации торговли. Исследования экономистов показывают, что во взаимной торговле стран МЕРКОСУР преобладают товары, мало конкурентоспособные на мировом рынке. В результате взаимная торговля становится важным подспорьем для производителей, но не несет особых выгод потребителям, предпочитающим импортные товары из более развитых стран [1].

Подводя итог можно сказать, что в начале своего пути организация проявила себя как один из крупнейших торговых блоков в мире. С созданием объединения товарооборот между странами-участницами МЕРКОСУР увеличился в 4 раза. Но экономические проблемы в регионе, которые начинаются с 1998 года, привели к уменьшению объемов торговли внутри блока, который сегодня составляет лишь 20% от общего объема торговли МЕРКОСУР. Проблемы существуют из-за неопределенности руководства МЕРКОСУР о будущем – создание панамериканской зоны свободной торговли или углубление сотрудничества ЗЕС.

### **Список использованных источников**

1. МЕРКОСУР. Международные организации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/merkosur.html>
2. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная энциклопедия. МЕРКОСУР. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_prav](https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_prav)

*Русанов С.В.*

*Научный руководитель: Сухина И.Г., канд.филос.наук, доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ И БАНКОВСКОЙ СИСТЕМ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Актуальность. Развитие и становление финансовой и банковской систем в Донецкой Народной Республике происходило во время боевых действий. На сегодняшний день она находится на ранней стадии своей модернизации, продолжает институциональное формирование, выявляя и определяя новые задачи и пути эффективного и перспективного развития.

Цель статьи: обозначить историю возникновения и становления финансовой и банковской систем в Донецкой Народной Республики.

Содержание. В 2014 году Донецкая Народная Республика провозгласила о своей независимости и создании государственности. Во время боевых действий она находилась на самой ранней стадии модернизации собственных денежных и муниципальных инструментов.

Становление финансовой и банковской систем Донецкой Народной Республики начинается с 2014 года, после объявления о независимости и суверенитете от Украины. На настоящий момент (2019 год) ДНР находится на стадии реконструкции принадлежащих ей государственных и финансовых субъектов, институтов и ресурсов. При этом реактивирующая реконструкция происходит на фоне непрекращающихся боевых действий, экономической блокады со стороны Украины, а также разрыва многих традиционных хозяйственных связей, что усугубляет положение в регионе.

Начиная с апреля 2014 года, и по настоящее время ведется работа по реконструкции и стабилизации таких государственных институциональных структур, как финансовая и банковская системы республики, с переходом на Российское Законодательство. Исходя из вышеизложенного, необходимо выделить и проанализировать следующие основные этапы становления этих государственных экономических институтов [2, с. 192-197].

Первый этап – экономическая дезинтеграция.

Данный («хаосомный») этап начинается с момента образования Донецкой Народной Республики и длится до сентября 2014 года. Этот этап характеризуется тем, что происходит так называемый «программный» разрыв ранее существовавших и исторически сложившихся действенных финансовых и экономических связей между соседними республиками (ДНР и ЛНР), с одной стороны, и государственными, экономическими и финансовыми институтами Украины – с другой стороны.

Становление непосредственно самой финансовой системы началось с образования такого государственного института, как Министерство Финансов Донецкой Народной Республики, – 16 мая 2014 года [1].

Второй этап – становление институционализации.

На данном этапе происходит становление экономических институтов, – с октября 2014 по март 2015 года. На этом этапе были заложены основы новой финансовой системы республики в условиях боевых действий и непризнанности; создание налоговой, статистической, банковской, учетной, финансовой систем. Были утверждены положения и организационная структура Министерства финансов; были приняты решения о переходе на бивалютную систему денежных расчетов, с использованием украинской гривны и российского рубля. В это время происходила стабилизация деструктивных процессов в экономических инфраструктурах территорий республики, была преодолена нижняя точка экономического падения.

Третий этап – финансовая реабилитация.

Данный этап начинается с весны 2015 года и действует по настоящее время. Он характеризуется относительной стабильностью. На этом этапе формируются новые платежные системы Донецкой Народной Республики, технологически связанные с российским экономическим пространством, ориентированные на него, а также на такие государственные образования, как Южная Осетия, Абхазия. Вводятся мультивалютные системы.

В настоящее время осуществляются системные мероприятия по восстановлению разрушенного боевыми действиями экономического и инфраструктурного потенциала региона, происходит создание и развитие новых хозяйственных связей, преимущественно направленных на РФ. Выстраивается новая система государственного и административного регулирования социально-экономического развития, близкая к российской (аналогичной) системе. В частности функционирование органов исполнительной власти постепенно переводится на государственные программы, их реализацию.

На данном этапе были созданы: Центральный Республиканский Банк, Казначейство, был сформирован бюджет (сначала принимался на квартал, сейчас – на один бюджетный год). Стали осуществляться мультивалютные финансовые системы, выпуск платежных и кредитных карт (компания «РОСТ»), обмен валют (доллар, евро, гривна, российский рубль), все виды бюджетных платежей, операции по внесению и снятию средств со счетов клиентов, операции по открытию и закрытию текущих счетов юридических и



физических лиц, обслуживание бюджетных организаций, денежные переводы по республике [3]. В 2015 году был утвержден первый бюджет Донецкой Народной Республики. Официальной расчетной единицей на территории Донецкой Народной Республики является российский рубль; денежные единицы республики не эмитируются.

Вывод. Финансовая и банковская системы ДНР прошли этап своего первоначального институционального формирования, имеют уже историю своего становления и развития, и, конечно, требуют усовершенствования модернизации. С их целенаправленным поэтапным развитием связаны стратегические задачи социально-экономического развития региона.

#### **Список использованных источников:**

1. Министерство финансов ДНР / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfindnr.ru>
2. Сборник материалов II-й Международной научно-практической конференции «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития». – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2019. – 407 с.
3. Центральный республиканский банк ДНР / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crb-dnr.ru>

***Рынжа Е.И.***

***Научный руководитель: Пятаченко А.М., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»***

### **ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

В настоящее время результатом является достижение целей сотрудничества. Именно поэтому было принято решение о создании торговых сетей. Штаб-квартира ВТО находится в Женеве, Швейцария. Главой ВТО (генеральный директор) является Роберт Карвалью ди Азеведо [1].

Всемирная торговая организация была основана в 1995 году с целью либерализации международной торговли и регулирования торговых и политических отношений между странами-участницами.

ВТО имеет следующую структурную иерархию:

1. Министерская конференция
2. Общие советы
3. Совет по торговле товарами, Совет по торговле услугами и Совет по торговле правовых аспектов интеллектуальной собственности.

Основными целями этой организации являются обеспечение справедливости и прозрачности международной торговли. Страны-члены ВТО, которых в 2019 году насчитывается 159, решают проблемы, связанные с

мониторингом выполнения международных договоров, проводят торговые переговоры в соответствии с правилами ВТО, а также оказывают поддержку развивающимся странам [1,2].

Основными направлениями деятельности ВТО являются

1. Деятельность государственных торговых предприятий;
2. Таможенные союзы и зоны свободной торговли;
3. Внутренние налоги, сборы, правила, связанные с внутренней торговлей;
4. Защитные меры в торговле;
5. Технические барьеры в торговле;
6. Санитарные и фитосанитарные меры;
7. Правила происхождения товара [1].

Рассмотрим пять основных плюсов, или какие преимущества предоставляет система ВТО.

1. Торговля содействует росту доходов.

Снижение торговых барьеров позволяет увеличить торговые объемы, что в свою очередь приносит дополнительный доход, как на национальном, так и индивидуальном уровне. Однако нужны некоторые корректировки.

Факт наличия дополнительного дохода означает, что у правительств имеются подлежащие перераспределению ресурсы.

Экономисты подсчитали, что снижение торговых барьеров в сельском хозяйстве, обрабатывающей промышленности и сфере услуг на треть будет способствовать росту мировой экономики на 613 миллиардов долларов.

2. Торговля стимулирует экономический рост, что благоприятно воздействует на положение в области занятости.

Торговля, вне всякого сомнения, обладает потенциалом в области создания рабочих мест. На практике часто имеются фактические доказательства того, что снижение торговых барьеров оказывает благоприятное воздействие на ситуацию в области занятости. Но картина осложняется рядом факторов. Плюс, якобы, имеющаяся альтернатива – протекционизм – явно не является адекватным решением проблем занятости.

Это сложный вопрос и подход к его решению должен быть соответствующим. Существуют убедительные доказательства того, что торговля способствует экономическому росту, и что экономический рост содействует созданию новых рабочих мест. Верно также и то, что некоторые рабочие места будут потеряны даже тогда, когда торговля расширяется. Но тщательный анализ этого предполагает наличие, по крайней мере, двух проблем.

Во-первых, существуют и другие факторы. Например, технический прогресс также оказывает мощное воздействие на занятость и производительность, создавая одни и ликвидируя другие рабочие места.

Во-вторых, хотя торговля четко содействует росту национального дохода (и процветанию), это не всегда сопряжено с созданием новых рабочих мест,

особенно для тех, кто потерял работу в результате конкуренции со стороны импорта.

Основные принципы повышают экономическую эффективность системы и содействуют сокращению издержек

Многие из преимуществ торговой системы довольно сложно представить в цифрах, но это не умаляет их достоинств. Они вытекают из ключевых принципов системы, упрощая жизнь как для непосредственно участвующих в торговле предпринимателей, так и для производителей товаров и услуг.

Всемирная торговая организация (ВТО), заменила собой Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ) в качестве единственного международного органа, занимающегося глобальными правилами торговли между государствами. Она не является специализированным учреждением, но у нее существуют механизмы и практика сотрудничества с Организацией Объединенных Наций.

Задачи ВТО состоят в оказании помощи в упорядочении процесса торговли в рамках системы, основанной на определенных правилах; объективном урегулировании торговых споров между правительствами; организации торговых переговоров. В основе этой деятельности лежат 60 соглашений ВТО – основные правовые нормы политики международной коммерции и торговли. Принципы, на которых основаны эти соглашения, включают отсутствие дискриминации (режим наиболее благоприятствуемой нации и положение о национальном режиме), более свободные условия торговли, поощрение конкуренции и дополнительные положения для наименее развитых стран. Одной из целей ВТО является борьба с протекционизмом.

Таким образом, Всемирная торговая организация играет решающую роль в регулировании мировой торговли.

#### **Список использованных источников**

1. Всемирная торговая организация [Электронный ресурс]/официальный сайт ВТО. – Режим доступа : <https://www.wto.org>
2. Всемирная торговая организация [Электронный ресурс]/официальный сайт ООН. – Режим доступа : <https://www.un.org/ru/wto>

*Слюсаренко А. В.*

*Научный руководитель: Кравченко Ю. А., старший преподаватель*

### **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

На сегодняшний день немаловажную роль в становлении и развитии интеллектуального потенциала предприятия играет корпоративная культура. Так как в условиях динамично развивающейся рыночной среды, происходит

существенная переоценка роли и значения человеческого фактора в управлении предприятием.

Цель данной работы – рассмотреть и систематизировать основные подходы ученых к определению «корпоративная культура».

Термин «корпоративная культура» впервые использовал в XIX веке в военной терминологии немецкий фельдмаршал Г. Мольтке, применяя его, он характеризовал взаимоотношения в офицерской среде [1, 357 с.]. Уже тогда профессиональные и другие сообщества имели внешние атрибуты, для того чтобы члены сообществ могли отличать «своих» от «чужих».

В экономической литературе первые определения этого термина начали появляться во второй половине XX века. Существенный научный вклад в разработку теоретических основ корпоративной культуры и преобразования данного определения внесли такие зарубежные ученые, как Д. Элдридж, А. Кромби, Х. Шварц, С. Дэвис и др. Для отечественных исследователей проблемы корпоративной культуры являются относительно новыми и мало раскрытыми.

Несмотря на то, что корпоративная культура является достаточно новым научным направлением, однако анализ литературных источников дает возможность систематизировать основные подходы к данному определению (рис. 1).



Рис. 1 – Подходы к определению термина «корпоративная культура»

На основании проведенного исследования понятийного аппарата, можно сказать, что корпоративная культура – это совокупность определенных ценностей и убеждений, которые приемлемы для всех работников предприятия и формируют их поведение, взаимодействие между собой, восприятие окружающей среды и характера жизнедеятельности предприятия.

Так как корпоративная культура является продуктом взаимосвязи внешней и внутренней среды предприятия, важным является определить и сгруппировать внешние и внутренние факторы, влияющие на ее формирование и дальнейшее развитие.

К внешним факторам относится: глобализация, политический фактор, экономические процессы, экологическое состояние, инновационные процессы и интеллектуальный труд, система законодательства, общецивилизационный фактор.

К факторам внутренней среды предприятия относят: внутреннее состояние предприятия, стадия жизненного цикла предприятия, психологическая готовность к изменениям, традиции, лидеры, история предприятия, принятая система управления на предприятии, мотивационно-ценностное регулирование поведения персонала, отраслевые особенности.

Так как в процессе эволюции происходят изменения влияния факторов на формирование корпоративной культуры предприятия, то факторы могут стимулировать или тормозить развитие предприятия, поэтому все вышеперечисленные факторы являются важными и имеют свою силу воздействия.

В заключение следует отметить то, что корпоративная культура является важным элементом интеллектуального потенциала, ведь опыт работников, его умения, знания и навыки, а также их культура воспитания является основой не только корпоративной культуры, но и интеллектуального потенциала в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Хельмут Карл Бернхард фон Мольтке. История германо-французской войны 1870 – 1871 гг. – Калитва, 2014. – 357 с.
2. Eldridge J., Crombie A. A sociology of organization. – London: Allen&Unwin, 1974. – P. 128
3. Schwartz H., Davis S. Matching corporate culture and business strategy // Organizational dynamics. – 1981. – P. 30 – 48
4. Демченко Е. В. О сущности понятия «корпоративная культура» // Молодой ученый. – 2018. – №13. – С. 227-229. – URL <https://moluch.ru/archive/199/48967/> (дата обращения: 28.09.2019).
5. Спивак В. А. Корпоративная культура: Теория и практика / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2011. – 345 с.

**Смирнов А.О.**  
**Научный руководитель: Стельмашенко Е.В., к.э.н., доцент**  
*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА**

Переход экономики на инновационную модель развития требует принципиально новых подходов до формирования кадровой политики отечественных предприятий. Однако, на нынешнем этапе осознания необходимости разработки кадровой стратегии предприятий с учётом современных условий ведения хозяйства не является достаточно распространённым. Такие факторы рынка труда как: неравномерность распределения специалистов по отраслям, возникновение трудностей привлечения человеческих ресурсов необходимой квалификации к работе на предприятии и, как следствие, обострению конкурентной борьбы среди работодателей обуславливают необходимость внедрения маркетинга человеческих ресурсов. В современных условиях наблюдается усиление влияния общества на деятельность предприятий, которая требует устремления деятельности относительно стратегического управления человеческими ресурсами на потребности рынка. Поэтому необходимым является использование концепции маркетинга в управлении персоналом, который позволит обеспечить социальную защиту потенциальных и действительных работников предприятий, повысить их конкурентоспособность и обеспечить предприятию стойкие конкурентные преимущества на рынке. Своевременным механизмом решения современных проблем управления человеческими ресурсами и обеспечения дальнейшего эффективного функционирования предприятий является стратегическое управление персоналом на основе маркетинга.

Стратегическое управление персоналом на основе маркетинга – это процесс разработки, реализации и контроля маркетинговых программ в сфере управления человеческими ресурсами, направленных на обеспечение стабильности и удовлетворённости коллектива предприятия и достижения на этой основе долгосрочных целей предприятия. Рядом с концептуальными подходами к управлению персоналом на основе маркетинга сосредоточим внимание на системном подходе.

Рассмотрим сущность маркетинга персонала в соответствии с концепцией процессного управления и применения системного подхода. В пределах процессного подхода процесс управления персоналом на основе маркетинга рассматривается как последовательная реализация его этапов. Маркетинговая деятельность относительно управления персоналом может быть представлена в

виде последовательно реализованных нормативных этапов (плана, программы, проекта маркетинга человеческих ресурсов), которые приведены на рис 1.

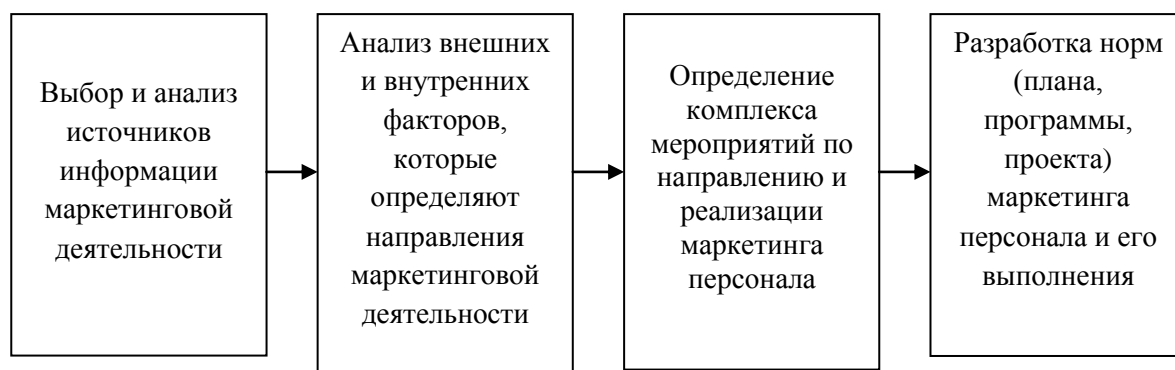


Рис. 1. Этапы маркетинговой деятельности относительно управления персоналом на основе процессного подхода.

Стратегическое управление персоналом на основе маркетинга предусматривает проведение исследований в сфере управления персоналом и разработку и внедрение соответствующих мероприятий для усовершенствования стратегического управления персоналом.

Основными задачами при этом являются:

- анализ качества информационно-коммуникационного обеспечения стратегического управления человеческими ресурсами;
- анализ и усовершенствование процесса найма человеческих ресурсов;
- анализ результативности трудовой адаптации человеческих ресурсов и ее усовершенствования;
- оценка качественного уровня человеческих ресурсов;
- анализ и усовершенствование системы мотивации человеческих ресурсов;
- анализ и усовершенствование системы развития человеческих ресурсов;
- развитие корпоративной культуры предприятия.

Таким образом, внедрение в практическую деятельность предприятий разработанных рекомендаций будет способствовать повышению качества стратегического управления персоналом и, как следствие, укреплению конкурентной позиции предприятия в долгосрочной перспективе.

#### Список использованных источников

1. Балабанова Л.В. Стратегическое управление персоналом предприятия: уч. пос. / Л.В. Балабанова, Е.В. Стельмашенко – К. : Знание-Пресс, 2011. –229с.
2. Томпсон А.А., мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учеб. [для вузов] / А.А. Томпсон, мл., А.Дж. Стрикленд III. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 412 с.

*Соловьева Ю.М., ассистент  
Соловьева Р.П., канд. ист. наук,  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИДЕИ М.И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО**

М.И. Туган-Барановский – всемирно известный экономист, классик русской экономической концептуальной теории. Он обосновал теорию рынков, исследовал периодичность кризисов, создал инвестиционную теорию циклов, изучил общие тенденции развития капитализма в России, провел сравнительный анализ русской и западной экономики. Теоретическое наследие М.И. Туган-Барановского как популяризатора русской экономической мысли на Западе имеет особое значение. Современники по достоинству оценили его заслуги. В научных работах Берлова А.В., Богомазова Г.Г., Козловой Е.А., Покидченко М.Г., Туган-Барановского Д.М., Рогачевской М.А., Чаплыгиной И.Г. и других исследуется жизнь и творчество ученого, освещается оценка его теоретического наследия, раскрывается социальная теория распределения; интерпретируется теория циклов и экономических кризисов.

М.И. Туган-Барановский является блестящим представителем той плеяды русских экономистов, благодаря которой отечественная наука сформировалась, развивалась и заняла достойное место в мировой экономической мысли. Изучая влияние циклического характера капиталистического производства на положение рабочего класса, и, изучая экономическую конъюнктуру в Англии, пришел к выводу, что стадия цикла – оживление и кризисное падение производства начинается с отраслей, производящих средства производства; что наряду с интенсивным развитием индустрии происходит массовое обнищание народных масс, но при определенной стабилизации экономической жизни общества уровень их благосостояния может не только стабилизироваться, но и возрасти (сокращение рабочего дня, увеличение заработной платы).

В работе «Промышленные кризисы» ставил задачу исследовать проблемы циклического характера производства, опровергнуть утверждение народников, что в России нет объективных предпосылок для капитализации экономической жизни. Как и все либералы того времени, ученый исходил из того, что только на основе капиталистического хозяйствования можно поднять производительные силы страны [1].

Одним из направлений его концептуальной теории была кооперация как форма хозяйствования. В работе «Социальные основы кооперации» представил широкий спектр различных форм кооперации в разных странах, где они получили наибольшее развитие. Обосновывая социально-экономическую природу кооперации при капитализме, трактовал ее как некапиталистическое предприятие и считал, что кооперативы являются одной из форм самозащиты



трудящихся классов от неблагоприятных для них условий капиталистического хозяйства.

Не будучи марксистом, он многое ценил и признавал в марксистской теории («Теоретические основы марксизма»). Не отрицал существования классов, противоречий между ними и классовой борьбы. С симпатией относился к экономическому учению К. Маркса. Был сторонником социалистического пути развития страны, утверждал, что социализм является требованием естественного права, логически связанным с первым и основным прирожденным правом человека на свободу («Социализм как положительное учение»). Выделил социализм и коммунизм, раскрыл экономические основы всех типов социализма, назвал их общие черты и различия, недостатки и достоинства [2]. Он считал, что при социализме сохранятся элементы государственности; останется определенный аспект принуждения, опирающийся на правовую идею интересов большинства; изменится политическая карта мира; государство будет важнейшей хозяйственной организацией; сохранятся деньги и цены на производимые товары; трудовая кооперация будет играть особую роль, потому соответствует идеалам свободного развития личности и экономического равенства.

В книге «Бумажные деньги и металл» выделил три типа бумажных денег. Среди них: 1) банкноты, обращающиеся параллельно с металлическими деньгами и обмениваемые банками на драгоценные металлы; 2) неразменные бумажные деньги, имеющие принудительный курс по отношению к золоту и серебру; 3) собственно бумажные деньги, полностью утратившие товарный характер и не связанные с драгоценными металлами при определении их ценности. Он считал, что деньги при социализме достигнут дальнейшего развития и модификации. Они не будут иметь ничего общего с товарами. Социалистическая денежная единица не будет ценностью, не будет обладать никакой физической реальностью. Весь процесс выражения цен в денежной единице приобретет идеальный характер, так как сама она станет всецело идеальной [1]. Как видим, М.И. Туган-Барановский был блестящим знатоком истории экономической мысли, дал многоплановый анализ экономической жизни общества.

Выводы: таким образом, М.И. Туган-Барановский – ученый и экономист мирового уровня. Его теоретические идеи – это широкий диапазон политико-экономических интересов, понимание предмета политической экономии.

#### **Список использованных источников**

1. Богомазов Г.Г. М.И. Туган-Барановский: жизнь и творчество. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/m-i-tugan-baranovskiy-zhizn-i-tvorchestvo>
2. Кондратьев Н.Д. Михаил Иванович Туган-Барановский [Электронный ресурс]. – URL: [http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame\\_rightn\\_newlife.pl?type=ru&links=./ru/tugan/biogr/tugan\\_b1.txt&img=bio.gif&name=tugan](http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame_rightn_newlife.pl?type=ru&links=./ru/tugan/biogr/tugan_b1.txt&img=bio.gif&name=tugan)

## **ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД**

«Следует понять и принять новое, информационное общество и те изменения, которые оно с собой несет» (Д.Нейсбит, «Мегатренды»).

Информация (от лат. informatio – сведения) представляет собой важнейший стратегический ресурс социального развития, его условие и фактор. Сам ход человеческой истории связан с производством, накоплением, обработкой, передачей, внедрением и использованием информации, обеспечивается этим.

Информационные революции в истории закономерны – они переводят динамику (информационно кумулятивного) развития цивилизации на новый качественный уровень, задают новую историческую траекторию реализации ее прогрессирующих возможностей, раскрывают новые исторические горизонты.

Так в истории цивилизации можно выделить следующие – эпохальные информационные революции: 1) изобретение письменности, примерно пять тысяч лет назад в Древнем Египте и Шумере, с возможностью фиксации и передачи информации и знаний от поколения к поколению; 2) изобретение книгопечатания, XV век, с возможностью массового тиражирования текстов как семантических манифестаций культуры, создаваемых с помощью знаковых средств; 3) обусловленное изобретением электричества создание, в конце XIX – начале XX веков, средств массовой коммуникации: телеграфа, телефона, радио как каналов оперативной передачи/распространения информации в глобальном масштабе; 4) подготовленное созданием электронно-вычислительной техники изобретение микропроцессорной технологии и компьютеров с программным обеспечением на этой основе в 70-х гг. XX века, и переход от механических, электрических средств преобразования информации к электронным средствам с формированием глобальных компьютерных информационных сетей, как и глобального/планетарного информационно-коммуникативного пространства.

В последовательности этих информационных революций отображается логика информационно кумулятивной динамики социального развития.

С четвертой информационной революцией связан самый существенный вклад в создание и развитие современных информационных технологий (IT-technology), например, разработанных на основе электронно-вычислительных машин персональных компьютеров (PC) и их программного обеспечения, и др. Информационные технологии представляют собой магистральное направление развития высоких технологий – продукта научно-технической революции.

Знаменательное достижение четвертой информационной революции – Интернет – всемирная система объединенных компьютерных сетей, которая предназначена для хранения, обработки и передачи информации; в Интернет, который превратился в один из самых демократичных «клубов» в мире, входят

миллиарды пользователей (порядка трех с половиной миллиарда), получив невозможный ранее прямой доступ к огромным объемам информации и знаний.

В целом связанные с четвертой информационной революцией социально значимые инновации можно квалифицировать как информатизацию, понимая ее как разработку и системное применение в общественном производстве, управлении, как и в быту информационных высокотехнологичных средств эффективного информационного обслуживания и обеспечения деятельности, ее процессов. Посредством этих высокотехнологичных информационных средств происходит создание потоков информации в автоматическом режиме для их целенаправленного использования, что и является сущностью информатизации.

Стратегическая цель информатизации – переориентация социальной среды в ее цивилизационной модальности (включая экономику, общественное производство) на приоритет информационных технологий, продуктов и услуг.

Информатизация началась в 70-е гг. XX века, в ареале (распространения) западной цивилизации отвечая на насущную потребность модернизирующейся социальной среды, ее экономической сферы в информационном обеспечении и обслуживании, целенаправленных на оперативную обработку и использование актуальной информации в больших объемах, с созданием соответствующей научно-технологической базы разработки информационных (IT) технологий.

Современным международным центром инновационных разработок в области информационных технологий является Силиконовая долина (США, штат Калифорния), – мега-технополис, отличающийся большой концентрацией высокотехнологичных компаний, специализирующихся на компьютерных и мобильных технологиях, их программном обеспечении [2]. Силиконовая долина символизирует безграничные возможности научно-технологической инноватики, ориентированного на нее актуального знания, инновационного мышления, инициативного предпринимательства. Ее можно рассматривать как современную реактивацию удостоверяемого Флоренцией архетипа новаторства и креативности культуры эпохи Возрождения, ее цивилизационного значения.

Информатизация основывается на (информационных) компьютерных технологиях, в которые входят компьютеры, их программное обеспечение, компьютерные (коммуникативные) сети в соединении с высокотехнологичными средствами связи. Компьютерно-информационные технологии явили собой исторически беспрецедентное средство автоматизации интеллектуальной деятельности, с безграничными возможностями оперирования с информацией. Компьютеризация стала ключевой технологической составляющей процесса информатизации. Она представляет собой разработку, усовершенствование, внедрение и широкое социальное использование (в коммуницировании, производстве, управлении, быту) компьютерно-информационных технологий. Это – магистральное направление научно-технической модернизации общества, с его техносферой, культуры, цивилизации в целом, которое оказывает мощное преобразующее влияние на все актуальные процессы социального развития.

В общем, информатизация – это комплексный технологический процесс, направленный на разработку и усовершенствование информационных систем,

актуализирующий и интегрирующий информационные ресурсы. Главными направлениями ее осуществления являются: разработка и внедрение все более совершенных технических средств обработки информации с программным обеспечением; расширение социальных областей оперативного и системного использования информации; развитие и усовершенствование технических средств массовой коммуникации с ее сетевыми ресурсами; формирование информационно-коммуникативного пространства в глобальном масштабе, и др.

В антропологическом плане информатизация всецело сопряжена со сферой человеческого интеллекта, – так, начинаются научные разработки в области искусственного интеллекта (AI), которые рассматриваются как возможность информационной трактовки человека, его (интеллектуальной) деятельности.

По мере своего развертывания и интенсификации информатизация приобретает все более фундаментальный характер как модернизационный процесс формирования техногенной информационной среды, где информация, аккумулируемая информационными технологиями как средствами массовой коммуникации, выступает фактором преобразующего социального влияния. Этот новый, становящийся тип цивилизационной реальности квалифицируется информационным обществом, т.е. таким обществом, в котором, как отмечает американский социолог Д.Нейсбит, «...впервые в истории большинство работает с информацией, а не с производимыми товарами» [1, с. 23].

Само понятие «информационное общество» (Ю.Хаяши, Е.Масуда, Ф.Махлуп, М.Кастельс, Э.Тоффлер, Д.Нейсбит и др.) указывает на основной, стратегический ресурс современного общества/цивилизации – информацию. Этот нематериальный ресурс неисчерпаем, и при этом обладает безграничным потенциалом возможностей социально значимого использования/применения.

Вследствие информационно-компьютерной революции информационные возможности современного цивилизованного бытия не просто многократно возросли, но стали совершенно несопоставимыми с до-компьютерной эрой.

Информатизация инициировала цивилизационный сдвиг в социальном развитии человечества, показатель которого – информационное общество как качественно новая социальная реальность. Это такое современное общество, в котором информация как массово тиражируемый коммуникативный процесс обеспечивает все уровни его организации, и составляет фундаментальную основу функционирования всех его систем, подсистем, структурных элементов.

Такое понимание информатизации и информационного общества как ее совокупного социального/цивилизационного продукта позволяет представить ее новой ступенью социального развития человечества, его поворотным этапом. Из такого понимания социального влияния информатизации исходят теоретики информационного общества, прежде всего – Д.Нейсбит [1], японский социолог Й.Масуда [4] (руководивший национальной программой «информационного общества» Японии), американский социолог и футуролог Э.Тоффлер [3] и др.

Согласно Э.Тоффлеру [3] история социального развития человечества включает три цивилизационные стадии, которые он номинирует «волнами»: 1) первая волна – переход от доаграрного общества к аграрному; 2) вторая волна –

переход от аграрного общества к индустриальному; 3) вторая волна – переход к супериндустриальному – информационному, по сути, обществу, важнейшей характеристикой которого является коммуникация на основе информационных технологий, с развитием сетей индивидуализированных коммуникаций. И если сила являлась основанием социального развития аграрного общества, а деньги – индустриального, то социальное развитие становящегося информационного общества и цивилизации обеспечивается информацией, которая конверсируется в актуальное знание (knowledge) как фактор развития и управления (K-factor).

Усиливающееся социальное влияние информатизации модифицирует экономическое развитие. Так, эффективность материального производства все более детерминируется технологическим уровнем развития и масштабами использования нематериальной сферы производства, т.е. производством информации, которая интегрируясь с производственным процессом, определяет его продуктивность, соответствие современным цивилизационным условиям.

В технологически передовых странах, прежде всего – США и Японии, обозначился инициированный процесс информатизации цивилизационно-знаменательный переход к информационной экономике (Information economy) – такой высокотехнологической стадии экономического развития, при которой в производстве, распределении и потреблении общественных благ определяющее значение приобретают актуальная информация и информационные технологии, как способ аккумуляции, трансляции и эффективного оперирования ею; термин «информационная экономика» ввел американский экономист М.Порат в 1976 г.

При переходе к информационной экономике информация становится главной производительной силой. При этом она является нематериальным, т.е. неисчерпаемым ресурсом и фактором экономического развития, с практически безграничными возможностями технологической обработки и использования.

Этот цивилизационный переход к новой – информационной «волне» (Э.Тоффлер) или эпохе социального развития удостоверяет информатизация. И этот исторически беспрецедентный переход имеет глобальный по своей сути характер, с таким, реализуемым через Интернет «мегатрендом» (Д.Нейсбит) как утверждение глобальной коммуникативной инфосферы, охватывающей и интегрирующей планетарное социальное пространство цивилизации, ее топос.

Информационная экономика – это глобальная экономика, которая вместе с научно-технической революцией, делающей экономику наукоемкой, является магистральным направлением этого эпохального исторического перехода или транзита в новую – информационную (цивилизационную) модальность социального развития человечества. Не случайно Д.Нейсбит призывает к тому, что «...надо пересмотреть концепции наших национальных и глобальных целей, чтобы они соответствовали этой информационной экономике» [1, с. 25].

В целом информатизация выступает как адекватная глобализации – глобальная стратегия социального развития, являясь его движущей силой.

#### **Список использованных источников**

1. Нейсбит Д. Мегатренды /Д. Нейсбит ; пер. с англ. – М.: ООО «Издательство

- АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 380, [4] с.
2. Силиконовая (Кремниевая) долина в США / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://usamagazine.ru/silikonovaya-kremnievaya-dolina/>
  3. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер ; пер. с англ. – М.: АСТ, 1999. – 784 с.
  4. Masuda Y. The information society as postindustrial society / Y. Masuda. – Washington: World Future Soc., 1983. – 323 p.

*Тишаева Н.В., старший преподаватель  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ**

Настоящее время характеризуется развитием образовательного процесса. Знание иностранных языков позволяет каждому молодому специалисту быть конкурентоспособным на рынке труда. Возможности для изучения иностранного языка предоставляются многими различными способами, например, посредством официального обучения, обучения за рубежом, а также через интернет.

Высшее образование нуждается в таких методах обучения, которые способны не только учить, а прежде всего, развивать потенциал студента. Эти задачи могут быть решены с помощью профессиональной направленности в обучении иностранному языку. Мнение, что эффективность изучения иностранного языка определяется профессиональной мотивацией, оправдана. В этом случае, студенты будут заинтересованы в приобретении знаний и в возможности применения этих знаний на практике. Для специалиста уже недостаточно владеть информацией только на родном языке. Необходимо быть в курсе развития своей специальности в мировом масштабе. Именно поэтому ЮНЕСКО обозначило ближайшее столетие как век полиглотов.

Одним из факторов формирования иноязычной компетентности в вузах являются созданные и совершенствующиеся методики, позволяющие оптимально структурировать содержание обучения иностранным языкам в зависимости от избранной студентами специализации. Огромным достоинством данной группы исследований, по мнению исследователей, является четкая профессиональная направленность предлагаемых методик, например, «язык для специальных целей» понимается как особая система языковых средств, объединенных тематически в соответствующей узкоспециальной сфере человеческой деятельности.

Важными ресурсами формирования языковой компетентности студентов высших учебных заведений являются методики и технологии, основанные на различных подходах, которые позволяют раскрыть у студентов способности решать как общекультурные задачи (правильно использовать

полученную информацию, убедительно объяснять свою позицию), так и профессиональные задачи (выполнять переводы научных статей, изучать научные труды ученых, участвовать в проектных работах специальных кафедр и др.), используя языковые средства. Разнообразие методических приемов способствуют формированию умений и навыков, необходимых студенту в современной деловой жизни (умение перекодировать полученную на иностранном языке информацию в виде аннотации, реферата, подготовить презентацию по той или иной теме учебного материала, умение представлять результаты своей деятельности в научных публикациях и т.д.).

Обучение профессионально-ориентированному языку студентов предполагает тематическую обусловленность используемых учебных материалов. Тематический принцип обусловлен целью – наполнить содержание обучения иностранному языку лексикой, отражающей язык специальности. Умение читать и понимать иноязычный текст по специальности предполагает обязательное умение самостоятельного раскрытия значения незнакомых слов, в том числе терминов, на основе знания словообразования, представляющего собой сложную и разветвленную систему, как в структурном, так и в семантическом плане.

Критериями отбора материала для студентов являются: новизна профессионально-ориентированного материала, соответствие профессиональным интересам, насыщенность специальной лексикой.

Также, одним из основных требований при отборе студентов в науку является знание иностранного языка. Для будущих специалистов сегодня на первый план выходят переводческая деятельность, направленная на постоянное совершенствование профессиональных знаний; научно-исследовательская работа, предполагающая умения поиска и обработки информации на иностранных языках по своей специальности, а также презентации результатов своего научного исследования на семинарах специальных кафедр, студенческих научных конференциях; умения в области работы с письменной формой профессионального языка, т.е. деловой документацией.

Не менее эффективным фактором для развития интереса к профессии и повышении мотивации обучаемых является применение интернет-технологий, когда исследовательски-ориентированная деятельность, в которой вся информация, используемая студентом, добывается из Интернета.

Анализ учебно-методической литературы по иностранному языку для студентов высших учебных заведений показывает, что в настоящее время, тексты профессиональной направленности устарели, поэтому, применение образовательных электронных изданий восполняют эти пробелы, а также создают комфортные условия для усвоения материалов в ходе самостоятельной работы студентов, ориентируют на профессиональную деятельность и предоставляют новую информацию по специальности, прививают потребность к самообразованию.

### **Список использованных источников**

1. Мирошникова О.Х. Профессионально-языковой портфель как средство реализации профессиональной компоненты в процессе иноязычной подготовки в неязыковом вузе //Преподаватель высшей школы в XXI веке. Труды международной научно-практической Интернет-конференции, ч.2, сб.6. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2008. – С.326-331.
2. Мыльцева Н.А. Система языкового образования в неязыковых специализированных вузах. Автореферат диссертации д.п.н. – Москва, – 41 с.

*Третьяченко Т. А.*

*Научный руководитель: Сухина И. Г., канд. филос. наук, доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ**

Актуальностью выбранной темы является то, что в настоящее время вопрос финансового обеспечения системы пенсионного страхования не остается без должного внимания в любом государстве. Реформирование и модернизация системы пенсионного страхования способствуют предотвращению социальных и экономических проблем граждан, обеспечивая финансовую стабильность как для государства, так и для населения в целом.

Целью статьи является раскрытие сущности пенсионного страхования и выделение основных источников его финансирования.

Среди ученых-экономистов и научных деятелей, занимавшихся исследованием данной темы, можем выделить труды таких авторов как Афанасьев С.А., Михайлов В.И., Савинская Н.А., Мудраков В.А., Хмыз О.В. и другие. В трудах авторов проработаны темы, посвященные изучению вопросов об источниках финансирования пенсионного страхования.

Обозначая сущность, отметим, что термин пенсионного страхования принято трактовать как систему прав по предоставлению социальных услуг и материального обеспечения гражданам в случаях, предусмотренных законом, за счет денежных средств, которые формируются путем уплаты страховых взносов работодателями и наемными работниками, а также за счет бюджетных ассигнований, предусмотренных законодательством [2, с. 56].

При этом, финансовое обеспечение системы пенсионного страхования можно понимать как порядок управления и распределения капитала, деятельность страхового института по его привлечению и дальнейшему использованию.

Финансирование пенсионного обеспечения в целом осуществляется за счет средств бюджета, а также за счет пенсионного страхования. На рис. 1



отображены категории денежных средств, которые формируют бюджет Пенсионного фонда [1, с. 27].

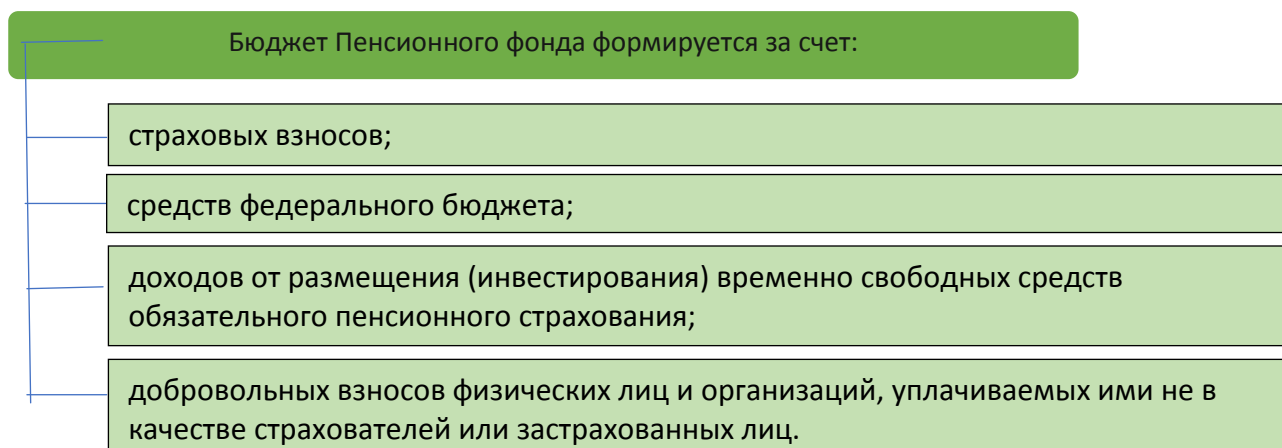


Рис. 1 – Бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации

Функционирование системы пенсионного страхования предполагает формирование и использование финансовых ресурсов, а именно – доходов, которые концентрируются в Пенсионном фонде, которые также берут на себя полномочия в управлении денежными потоками и их перераспределении. Основной целью формирования финансовых ресурсов является финансирование нетрудоспособных лиц. Опосредуя денежные отношения, страховые институты возлагают на себя полномочия осуществлять следующие функции:

- создание финансовых ресурсов;
- рациональное и эффективное использование финансовых ресурсов;
- замещение или возмещение заработной платы застрахованного лица при наступлении страхового случая.

Сущность создания финансовых ресурсов заключается в формировании целевых фондов денежных средств с помощью взносов страхователей или застрахованных лиц, солидарных взносов между страхователями и государством, а также субсидий и дотаций из бюджетной системы.

Использование финансовых ресурсов осуществляется путем рационального расходования уже накопленных средств. Основная статья расходов приходится на выплату пенсий, в соответствии с законодательством либо же с заключением договора страхования.

Последняя функция характеризуется фактом замещения или возмещения части зарплаты или иного дохода, которые связаны с трудовой деятельностью, пенсионными выплатами лицам, нетрудоспособного возраста. В системе пенсионного страхования особое внимание уделяется пропорциональности между размерами страховых платежей, внесенных за период трудовой деятельности и размерами выплачиваемой пенсии. Такие пропорции измеряются в мировой практике показателем, получившим название коэффициент замещения, определяемый как отношение суммы пенсий к заработной плате [3, с. 19].

Таким образом, делая общий вывод, мы можем сказать, что пенсионное страхование является частью системы финансов государства, поэтому, одной из важных задач государственного финансового регулирования будет необходимость управления финансовым обеспечением пенсионного страхования, а также создание надежности и сохранности накопленных средств.

#### **Список использованных источников**

1. Муравлева Т.В. Организация финансового менеджмента пенсионных фондов / Сб. науч. трудов Новые тенденции в экономике и управлении организацией. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2010. – 115 с. – С. 27–29.
2. Скурова А.В. Российская и зарубежная практика негосударственного пенсионного страхования / А.В. Скурова. – М.: Экономическое образование, 2015. – 210 с.
3. Шавишвили Д.Ф. Реформирование пенсионной системы: варианты и последствия / Д.Ф. Шавишвили, Н.А. Измайлова // Экономические науки. – 2016. – №140. – С. 19–22.

*Хуторцова Д.С.*

*Научный руководитель: Защук М.С., к.э.н., доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ПРОЦЕССА ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях функционирования предприятий, отличающихся особенной турбулентностью и высоким фактором неопределенности формирование экономической стратегии является адекватной необходимостью. По причине недостаточности квалифицированных специалистов в данной отрасли или отсутствии финансовой возможности иметь постоянный штат экономистов-стратегов, экономическая стратегия является актуально и быстро развивающейся областью экономического консалтинга, включающей применение экономических принципов и методов для предоставления клиентам уникальных идей, направленных на решение конкретных проблем.

Применение экономической стратегии может повысить реальную экономическую ценность принимаемых решений и предоставить предприятиям новые возможности, отличные от традиционных управленческих решений.

Значительная часть предприятий не владеет компетенцией по разработке экономической стратегии, поэтому пользуется спросом консалтинговая услуга.

Консалтинг по экономической стратегии часто включает в себя творческое и инновационное сочетание всех областей экономического анализа,

таких как анализ рыночной конкуренции, ключевых тенденций и государственной политики [1].

Наглядные примеры, показывающие, как компании могут извлечь выгоды от разработки и применения экономических стратегий, включают, следующее:

- более глубокое и прогнозное исследование экономического воздействия среди хозяйствования;

- предприятие может количественно оценить влияние своей деятельности на экономику, включая вклад в занятость (прямые, косвенные и индуцированные эффекты), экспорт, исследования, разработки и инновации;

- предприятие может получить больше информации о своих реальных и потенциальных конкурентах в локальных и мировых рынках, в то же время, стремясь лучше понять текущие тенденции на рынке, а также выявлять возможности для расширения;

- для поддержки новых инициатив в области развития может применяться специализированный экономический анализ, например, для создания нового медицинского учреждения, высшего учебного заведения или исследовательского центра;

- эконометрический анализ доходов от рекламы. Можно использовать специализированный анализ для изучения факторов, определяющих доходы от рекламы в организации, и для обоснования ее маркетинговой стратегии путем определения того, какие мероприятия примут результат;

- стратегии регионального развития. Правительство может запланировать реализацию комплексной стратегии экономического развития для своего региона или местности путём создания рабочих мест, развития предпринимательства, высшего образования и инноваций;

- Новые стратегии выхода на рынок. Если рассматривается возможность выхода на новый рынок, то необходимо более глубокое понимание макроэкономических тенденций страны, потребительского спроса, например [2].

Применение экономических стратегий и глубокое исследование рынка окажет незначительное влияние или вообще не повлияет, если ее практическое внедрение не будет должным образом реализовано [3]. Поэтому предприятия часто сталкиваются с ситуацией, когда для них разработали эффективный стратегический набор, но консалтинговая компания не занимается контролем реализации, что приводит к несоответствию фактически получаемых результатов и запланированных целевых показателей. То есть сама по себе экономическая стратегия является направлением развития, а не подробным бизнес-планом, поэтому операционные решения зависят от самого предприятия и стратегические рекомендации нуждаются в постоянной корректировке, что обусловлено базированием на предположениях и прогнозах. Поэтому рекомендуется консалтинговое сопровождение не только в процессе разработки, но и реализации экономической стратегии.

Организация процесса стратегического планирования деятельности предприятий в соответствии с рекомендуемыми экономистам этапами позволит повысить эффективность производственного процесса, а также эффективность функционирования предприятий в условиях рынка. Стратегическое планирование позволяет не только выживать, но и улучшать конкурентные позиции на рынке, в связи с чем, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне.

#### **Список использованных источников**

1. Ажаханова, Д.С. Современные подходы к стратегическому управлению /Д.С.Ажаханова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – Новосибирск, 2018, № 19. – С.16-18.
2. Веснин В.Р. Стратегическое управление: учебное пособие / В.Р. Веснин, В.В.Кафидов. - СПб.: Питер, 2017. – 450 с.
3. Липпит, Г. Консалтинговый процесс в действии: монография / Г.Липпит, Р.Липпит; пер. с англ. -СПб.: Питер, 2011. – 208 с.

*Хуторцова Д. С.*

*Научный руководитель: Колесникова Е.А., ассистент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Сущность финансовой безопасности предприятия в современных условиях хозяйствования характеризуется недостатком финансовых ресурсов предприятий, ослаблением их ликвидности, интенсификации конкуренции между предприятиями за место своей продукции на рынке, снижение покупательной способности населения в связи с наличием инфляционных процессов. Актуальным вопросом среди ученых и практиков становится вопрос обеспечения системы финансовой безопасности предприятия, в которой ключевую роль следует уделять стратегическому планированию. Целью данной статьи является обоснование стратегического планирования как фактора обеспечения финансовой безопасности и развития предприятия на стабильной основе.

Анализ отечественной научной литературы позволяет определить финансовую безопасность предприятия как доминирующую составляющую, от которой зависит эффективная финансово-хозяйственная деятельность субъекта предпринимательской деятельности. По мнению автора, наиболее полное определение финансовой безопасности предприятия дано учёным Лавровой Ю.В.: это способность самостоятельно разработать и реализовать финансовую

стратегию в соответствии с целями общей корпоративной стратегии, в неопределенной и конкурентной среда [1].

Стратегическое планирование как фактор формирования финансовой безопасности обеспечивает:

- финансовое равновесие, стабильность, платежеспособность и ликвидность в долгосрочной перспективе;
- удовлетворяет потребности предприятия в финансовых ресурсах для устойчивого расширения;
- обеспечивает достаточный финансовую независимость;
- позволяет противостоять существующим и появляющимся опасностям и угрозам, которые могут нанести финансовый ущерб предприятию, или нежелательное изменение структуры капитала;
- обеспечивает достаточную гибкость при принятии хозяйственных решений;
- обеспечивает защиту финансовых интересов акционеров. [2]

Результатом стратегического планирования является стратегический план (стратегия) для обеспечения финансовой безопасности предприятия. Такая стратегия должна соответствовать как финансовой стратегии, так и общей стратегии предприятия. Стратегия обеспечения финансовой безопасности предприятия следует рассматривать как модель, необходимую для достижения определенной цели в рамках корпоративной и финансовой стратегии путем координации, распределения и рационального использования финансовых ресурсов предприятия и обеспечения стабильного уровня финансовой безопасности.

При реализации процесса организации финансовой безопасности предприятия на основе стратегического планирования, необходимо учитывать следующие наиболее важные факторы:

- уровень финансовой безопасности и его характеристики;
- состояние жизненного цикла развития предприятия;
- риски и угрозы внутри и снаружи
- окружающая среда и её изменения;
- финансово-экономические возможности предприятия;
- рыночные условия;
- модификация действий субъектов институциональной окружающей среды в торговле [3].

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что стратегическое планирование на предприятии, которое является основой для обеспечения его финансовой безопасности, будет способствовать созданию возможностей для дальнейшей положительной финансовой и экономической активности. В то же время, стратегическое планирование должно основываться на использовании ряда мер: повышение инновационного и интеллектуального потенциала предприятия; внедрение передового международного опыт в управлении трудовыми и финансовыми ресурсами предприятия; улучшение навыков работников предприятия и др. Стратегическое планирование должно быть

направлено на развитие и реализацию эффективной инновационной политики, которая может обеспечить долгосрочную конкурентоспособность отечественного предприятия и повысить их финансовую безопасность.

#### **Список использованных источников:**

1. Лаврова Ю.В. Механизм обеспечения финансовой безопасности предприятия//Вестник экономики и промышленности. - 2010. - № 29. - С.127-130.
2. Андрейчиков, А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017.
3. Балыбердин, В. А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента / В.А. Балыбердин, А.М. Белевцев, Г.П. Бендерский. - М.: Дашков и Ко, 2016.

*Царенко Д.А.*

*Научный руководитель: Баранцева С.М., к.э.н., доцент  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АЛЪЯНС»**

Под политикой цен понимаются общие принципы, которых предприятие собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары [1]. Выбор ценовой политики определяется как целями фирмы, так и ее размерами, финансовым состоянием, положением на рынке, интенсивностью конкурентной борьбы. В зависимости от этих факторов и поставленных целей, фирмы применяют разные виды ценовой политики.

Проведенный анализ рентабельности производства по всем СБЕ показал, что она остается неизменной при росте средней себестоимости и цены реализации. Это обусловлено тем, что предприятие придерживается политики ценообразования основанной на себестоимости (установление цен путем сложения намеченной прибыли с рассчитанными издержкам производства; установление цены с возмещением издержек производства). Данное видение ценовой политики не позволяет своевременно реагировать на действия конкурентов.

Таблица 1. Рентабельность производства продукции ООО «Альянс» в разрезе ассортиментных групп

Вид продукции	Средняя цена реализации, тыс.руб. за 1 тонну		Средняя себестоимость, тыс.руб. за 1 тонну		Рентабельность производства, %	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Печенье низкой ценовой категории	107,14	128,74	78,21	93,98	37	37
Печенье средней ценовой категории	145,98	177,33	113,86	138,32	28	28
Конфеты низкой ценовой категории	151,49	158,06	106,04	110,64	43	43
Конфеты средней ценовой категории	214,41	214,41	158,66	158,66	35	35
Батончики	191,13	218,91	152,90	179,50	25	22

Далее был проведен анализ динамики продаж и прибыли, а так же их структуры по ассортиментным разновидностям. В 2019 г. в общей сумме прибыли первое место занимает СБЕ – печенье низкой ценовой категории – 29,43% это обусловлено тем данное СБЕ имеет наибольший объем реализации и практически наибольшую рентабельность. Второе место занимают - конфеты низкой ценовой категории – 27,71% так как это самое сильное СБЕ согласно матричным методам и темп роста данного СБЕ и рынка на котором он осуществляет деятельность очень высоки. Третье место в прибыли ООО «Альянс» занимает печенье средней ценовой категории – так как оно имеет незначительную негативную тенденцию в 2019 г. Так называемым аутсайдером можно назвать ассортиментную группу батончики как по участию в прибыли, так и в участии в выручке от реализации. Но батончики имеют положительную тенденцию к развитию, в отличие от конфеты средней ценовой категории чья выручка и прибыль плавно идет на спад.

Так же стоит отметить что в выручке от реализации первое место занимают конфеты низкой ценовой категории ,а второе печенье низкой ценовой категории. Такая перемена позиций связана разностью в средней цене реализации двух данных ассортиментных групп 158,06 у конфет низкой ценовой категории и 128,74 у печенья низкой ценовой категории разница в цене равна 19%.

Анализ структуры цены по СБЕ ООО «Альянс» представлен на рис.1 и показывает, что полная себестоимость продукции для каждого СБЕ практически одинакова от 70-до 75%, но так же имеется исключение – ассортиментная группа батончики, ее полная себестоимость равна 82% ,что очень осложняет продвижение данного товара и выведения его из аутсайдеров рынка.

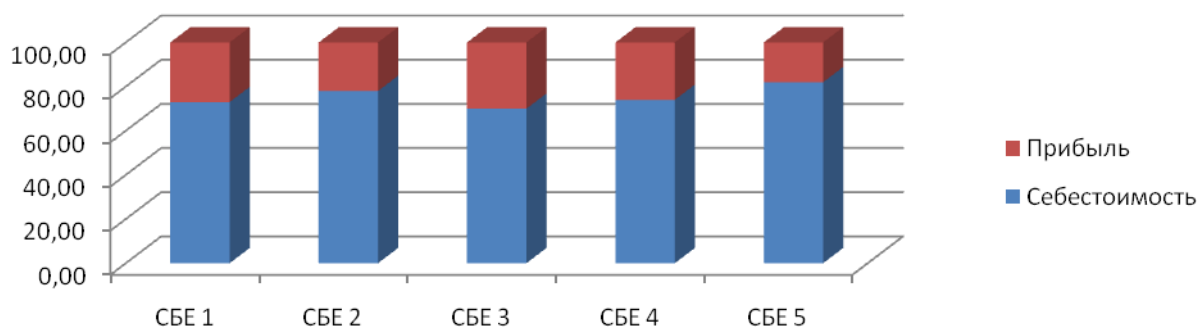


Рис. 1 Диаграмма структуры цены ООО «Альянс» по ассортиментным разновидностям

Таким образом, ООО «Альянс» не имеет какого-то определенного курса в ценовой политике, оно осуществляет свою деятельность благодаря практическому (управленческому) опыту своих учредителей. Проведенный анализ позволит обосновать существующие на данный момент ценовые политики предприятия по каждой СБЕ.

Выбор ценовой политики определяется как целями фирмы, так и ее размерами, финансовым состоянием, положением на рынке, интенсивностью конкурентной борьбы. В зависимости от этих факторов и поставленных целей, фирмы применяют разные виды ценовой политики.

#### **Список использованных источников**

1. Бакунов А.А. Ценообразование: учебное пособие / А.А. Бакунов, Т.В. Лиходедова – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2016. – 99 с.

*Шумакова Ю.В., аспирант*

*Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор*

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

### **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ АКТИВИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Стратегия социально-экономического развития Донецкой Народной Республики (ДНР) направлена на восстановление разрушенной экономики, стабилизацию и повышение качества жизни граждан. Материальной основой реализации стратегических целевых ориентиров ДНР является развитие экономического потенциала республики [1].

Сущность экономического потенциала общества проявляется в его способности к обеспечению непрерывного расширенного воспроизводства. Фундаментальным основанием этого являются инвестиционные ресурсы. Известно, что инвестированием можно обеспечить как экстенсивный, так и интенсивный тип расширенного воспроизводства. Что касается современного



состояния производительных сил ДНР, то для неё, прежде всего, необходимо реализовать восстановительную модель экономики. Однако и при этом желателен инновационный интенсивный тип воспроизводства. На наш взгляд, при решении проблемы восстановления экономики необходимо опираться именно на использование инвестиционных ресурсов в направлении обеспечения интенсивного типа воспроизводства. Это обусловлено уже самой ограниченностью инвестиционных ресурсов в современной экономике ДНР.

Поскольку развитие экономического потенциала государства невозможно без инвестиционных ресурсов, постольку встаёт вопрос их аккумулирования в стране. Для ДНР актуальность проблемы формирования инвестиционных ресурсов как основы развития экономического потенциала страны приобретает существенное значение, особенно если иметь в виду значительное сокращение абсолютных объемов производства на территории страны. Следствием этого является существенное сокращение поступлений в доходную часть бюджета, который в развитых странах является наиболее существенным источником инвестиционных ресурсов. (Международный опыт свидетельствует, что необходимым условием экономического роста является установление инвестиций на уровне не менее 19-25% ВВП). Для ДНР бюджет не только не стал существенным источником инвестирования, но сегодня не является таковым вообще. Практически основным источником являются собственные средства предпринимательских структур. Как свидетельствует А.Половян, Министр экономического развития ДНР, в 2018 году источниками финансирования в основном выступали сами предприятия и организации (87%); за счет средств республиканского и местных бюджетов финансировалось соответственно 7,7% и 2,2% активов [2].

Подчеркнём, что мы разделяем точку зрения ученых, кто считает, что одной из причин слабой способности общества к инновациям как мощного фактора развития экономического потенциала, является существенное снижение интеллектуального потенциала страны. Согласно прогнозам ЮНЕСКО, достичь высокого уровня национального благосостояния смогут только страны, имеющие среди трудоспособного населения 40-60% высокообразованных специалистов. В современных условиях оттока с территории ДНР высококвалифицированных кадров усложняется решение вопроса не только аккумулирования инвестиционных ресурсов, но и их интенсивного эффективного использования. Это несложно понять даже при поверхностном взгляде на неимоверные потери рабочего времени в стране при одновременной интенсификации труда занятых работников и снижении реальных доходов граждан. Последнее подрывает стимулы к труду, снижает его производительность, вследствие чего сокращаются объёмы производства, доходы экономических субъектов и налоговые поступления в бюджет страны. Имеют место негативные демографические тенденции: с 2015 года численность трудоспособного населения продолжает сокращаться, что связано с трудовой миграцией и кумулятивной убылью населения. Как подчеркнул А.Половян, наблюдается снижение эффективности использования трудовых ресурсов: по

сравнению с 2017 годом ВВП в расчете на 1 час отработанного времени всеми работниками снизился на 6,2%, что свидетельствует об экстенсивном характере экономического роста [2]. Итог – снижение инвестиционной способности экономических субъектов и государства.

В этих условиях существенным фактором, оказывающим кумулятивное влияние на активизацию инвестиционной деятельности в ДНР, является институциональный фактор, в частности – фактор активизации организационно-правовой деятельности государства. Поэтому закономерным представляется формирование системы институтов стратегического управления в республике.

Таким образом, развитие экономического потенциала ДНР возможно только при условии интенсивного инновационного направления использования инвестиционных ресурсов.

Механизм активизации инвестиционной деятельности в ДНР мы видим в активизации институциональной деятельности государства, в развитии образовательно-интеллектуального уровня населения, а также в материальном стимулировании труда граждан страны.

#### **Список использованных источников**

1. Цели и задачи профильных министерств ДНР на 2018 год. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-live.ru/tseli-i-zadachi-profilnyih-ministerstv-dnr-na-2018-god/>. – (Дата обращения 05.10.2019).

2. Доклад Алексея Половяна об итогах работы Министерства экономического развития за 2018 год. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/doklad-alekseya-polovyana-ob-itogah-raboty-ministerstva-ekonomicheskogo-razvitiya-za-2018-god/> – (Дата обращения 07.10.2019).