

Министерство образования и науки Луганской Народной Республики  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
ФГБОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный  
университет им. Х.М. Бербекова»  
ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»  
НИИ экономики ЮФО  
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»  
Международная Академия науки и практики организации производства  
Общественная организация «Союз промышленников и предпринимателей»  
ООО «Научно-производственное предприятие «Фолиант»

# **МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

---

*Материалы I Международной  
научно-практической конференции молодых учёных*

**Под редакцией д-ра экон. наук, доцента В.Ю. Ильина**

*(г. Луганск, 21–23 марта 2017 г.)*

Луганск  
2017

УДК [321.01:316.334.3:338.2](06)

ББК 66.033.1я43

М 67

*Печатается по решению Ученого совета  
Луганского национального университета имени Тараса Шевченко  
(протокол № 11 от 28 апреля 2017 г.)*

**Рецензенты:**

**Гончаров В.Н.** – заведующий кафедрой экономики предприятий и управления трудовыми ресурсами ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет», д-р экон. наук, проф.;

**Тисунова В.Н.** – заведующий кафедрой менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени В. Даля», д-р экон. наук, проф.;

**Клипаков Н.В.** – первый заместитель министра образования и науки Луганской Народной Республики, канд.техн. наук, доц.

**М 67** **Механизмы обеспечения экономической безопасности в условиях развития трансграничного сотрудничества:** Материалы I Междунар. науч.-практ. конф. молодых учёных (г. Луганск, 21–23 марта 2017 г.) // Под ред. д-ра экон. наук, доцента В.Ю. Ильина – Луганск: «НОУЛИДЖ», 2017. – 640 с.

В сборнике материалов конференции молодых учёных представлены научные статьи и тезисы, в которых рассмотрены актуальные проблемы обеспечения экономической безопасности, государственного управления экономической безопасностью регионов, отраслей экономики, предприятий, персонала; развития финансовой системы, а также функционирования механизмов экономико-правового обеспечения и национальной безопасности в условиях трансграничного сотрудничества.

Предназначается для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов экономических специальностей, специалистов экономической отрасли.

УДК [321.01:316.334.3:338.2](06)

ББК 66.033.1я43

© Коллектив авторов, 2017

© ЛНУ имени Тараса Шевченко, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО</b> .....	19
<b>БЛОК 1 НАУЧНЫЕ СТАТЬИ</b> .....	20

### РАЗДЕЛ 1

#### ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РЕГИОНОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

*Бибиков Алексей Анатольевич*

*Жокабине Наталья Федоровна*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ  
ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ..... 20

*Бибикова Римма Николаевна*

*Аксенов Дмитрий Анатольевич*

ОСОБЕННОСТИ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОХОДЫ  
ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СТРАНАХ БЛИЖНЕГО И ДАЛЬНЕГО  
ЗАРУБЕЖЬЯ ..... 25

*Дулевич Лариса Ивановна*

ВЛИЯНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ВНЕШНЮЮ  
ТОРГОВЛЮ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ..... 34

*Насиров Юрий Зейфулаевич*

*Мирошниченко Татьяна Александровна*

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЕВРОРЕГИОНА  
«ДОНБАСС») ..... 39

*Омельченко Ольга Юрьевна*

ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНОВ ..... 44

*Спорняк Светлана Александровна*

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ УГРОЗ РЕГИОНАЛЬНОЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ..... 51

*Шаповалова Светлана Михайловна*

*Дикун Кристина Александровна*

*Дикун Ирина Александровна*

КАПИТАЛ БАНКА КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ОСНОВА  
УПРАВЛЕНИЯ ЕГО АКТИВАМИ И ПАССИВАМИ ..... 56

### РАЗДЕЛ 2

#### УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

*Антонюк Светлана Витальевна*

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА  
ОТРАСЛЕЙ ЛНР ..... 62

<b>Боярская Ольга Владимировна</b> <b>Колесникова Вита Викторовна</b> СУЩНОСТЬ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ.....	67
<b>Вавулин Леонид Сергеевич</b> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИКОЙ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСКИХ ЦЕНТРОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ.....	73
<b>Высокоморная Юлия Андреевна</b> СНИЖЕНИЕ РИСКА БАНКРОТСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	77
<b>Гиманова Наталия Николаевна</b> ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ МОДЕРНИЗАЦИИ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБОРОТА .....	81
<b>Гончаров Валентин Николаевич</b> <b>Гальченко Кристина Александровна</b> <b>Яковенко Денис Константинович</b> УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ.....	85
<b>Дерюгина Елена Юрьевна</b> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	88
<b>Дуктов Александр Петрович</b> <b>Ткачук Петр Юрьевич</b> ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	91
<b>Заика Ирина Петровна</b> ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПЛАНТАЦИИ РЕФОРМ АГРАРНОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ .....	98
<b>Керестеши Анастасия Михайловна</b> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТРАНСАКЦИОННЫХ ЗАТРАТ ....	102
<b>Комов Александр Борисович</b> <b>Комов Пётр Борисович</b> ОРГАНИЗАЦИЯ ПАССАЖИРСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ .....	106
<b>Метрик Александр Аркадьевич</b> БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ .....	111
<b>Панченко Людмила Алексеевна</b> <b>Белоусова Яна Николаевна</b> <b>Гребень Дмитрий Евгеньевич</b> АНАЛИЗ МЕТОДИК ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТОВ В СИСТЕМЕ КОМПЛЕКСНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	116

<b>Панченко Людмила Алексеевна</b> <b>Белоусова Яна Николаевна</b> <b>Гребень Дмитрий Евгеньевич</b> ОЦЕНКА БИОЛОГИЧЕСКИХ АКТИВОВ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ.....	120
<b>Пильченко Анастасия Андреевна</b> ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РИСКА БАНКРОТСТВА И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ОЦЕНКЕ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	124
<b>Подлипский Антон Игоревич</b> УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ АГРАРНОГО БИЗНЕСА.....	128
<b>Рождко Анастасия Сергеевна</b> СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК.....	133
<b>Сапрыкина Наталья Венедиктовна</b> <b>Холодова Марина Александровна</b> ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ.....	137
<b>Свинцова Карина Андреевна</b> ВЛИЯНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАТКОСРОЧНЫХ КРЕДИТОВ .....	139
<b>Степанова Юлия Леонидовна</b> <b>Колесников Эдуард Олегович</b> РАЗРАБОТКА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	143
<b>Сырец Анастасия Сергеевна</b> РОСТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РАСТЕНИЕВОДСТВА КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК.....	148
<b>Ткачук Петр Юрьевич</b> ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОНБАССКОГО РЕГИОНА .....	152
<b>Шаповалова Светлана Михайловна</b> <b>Бибикова Римма Николаевна</b> <b>Домышева Дарина Андреевна</b> О ДВУЕДИНОМ НАЧАЛЕ СТРАТЕГИИ И МИССИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ...	162
<b>Шаповалова Ирина Николаевна</b> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	166

<i>Шаповалова Светлана Михайловна</i> <i>Денисенко Игорь Анатольевич</i> ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В АЛГОРИТМЕ «ОБЯЗАТЕЛЬСТВО-КАПИТАЛ» .....	171
---	-----

<i>Шевченко Виктор Иванович</i> <i>Паришутин Михаил Владимирович</i> РОЛЬ ИНФОРМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ .....	175
---	-----

<i>Яшутина Юлия Романовна</i> КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КАТЕГОРИЯ И КАК СВОЙСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....	182
--	-----

### РАЗДЕЛ 3

#### ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

<i>Дариенко Оксана Леонидовна</i> <i>Стрюкова Юлия Владимировна</i> АНАЛИЗ ДОМИНАНТ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА КОЛЛЕКТИВА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	186
---	-----

<i>Панченко Людмила Алексеевна</i> <i>Антипова Марина Владимировна</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРАКТИК УЧЁТА ОПЛАТЫ ТРУДА С МСФО №19 «ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ РАБОТНИКАМ» .....	190
--	-----

<i>Ретивцев Игорь Владимирович</i> УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИЙ ЛИДЕРСТВА В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	194
---	-----

<i>Северцова Татьяна Вячеславовна</i> О ПООЩРЕНИЯХ И НАКАЗАНИЯХ РАБОТНИКОВ КАК МЕРАХ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА.....	201
---	-----

### РАЗДЕЛ 4

#### АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

<i>Корниенко Юлия Юрьевна</i> <i>Мартынюк Марина Валерьевна</i> ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА КАК ФОРМА БЕЗНАЛИЧНОГО РАСЧЕТА .....	206
<i>Кузубов Алексей Алексеевич</i> БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: РИСКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	209

<i>Скороход Наталья Николаевна</i> О СИСТЕМНОМ ПОДХОДЕ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ .....	217
<i>Шалдаева Лариса Ивановна</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВНЕБИРЖЕВОГО РЫНКА ДЕРИВАТИВОВ .....	223
<i>Шутова Светлана Викторовна</i> ПРОБЛЕМЫ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК.....	227

## РАЗДЕЛ 5

### МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Авхуцкая Яна Сергеевна</i> РОЛЬ ПЕНСИОННОГО ФОНДА В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА .....	232
<i>Герасимов Алексей Вячеславович</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ: ПРАКТИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЬНЫХ РАЙОНОВ ДОНЕЦКОЙ И ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТЕЙ) .....	236
<i>Комов Александр Борисович</i> <i>Комов Пётр Борисович</i> ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОМ КОМПЛЕКСЕ .....	240
<i>Чапля Василий Васильевич</i> ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА ТРАНСИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА .....	247

## РАЗДЕЛ 6

### ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

<i>Воловик Анастасия Борисовна</i> ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АРОМАМАРКЕТИНГА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ .....	253
<i>Денисенко Игорь Анатольевич</i> МАРКЕТИНГ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОГО МЕХАНИЗМА СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ .....	256
<i>Журавлёва Елена Адольфовна</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЛНР .....	263

<i>Карамушко Наталья Анатольевна</i> <i>Чубарова Елена Михайловна</i> ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПЕРЕГОВОРОВ.....	267
<i>Корниенко Юлия Юрьевна</i> <i>Корниенко Константин Евгеньевич</i> НАПРАВЛЕНИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА .....	271
<i>Понизовная Анастасия Евгениевна</i> <i>Моць Илья Владимирович</i> <i>Деркачева Виктория Витальевна</i> ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	274
<i>Слепенчук Денис Константинович</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕРЧАНДАЙЗИГА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЦЕССА В СОЕДИНЁННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ.....	278
<i>Сударкина Людмила Юрьевна</i> ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	282
<b>РАЗДЕЛ 7</b>	
<b>ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА</b>	
<i>Кревсун Маргарита Владимировна</i> КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА .....	286
<i>Ладыга Александр Иванович</i> <i>Ладыга Людмила Ивановна</i> ОПЫТ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 1991–2005 гг. ....	289
<i>Пилавов Георгий Павлович</i> ЭВОЛЮЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН.....	295
<b>БЛОК 2 ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ .....</b>	<b>317</b>
<b>РАЗДЕЛ 1</b>	
<b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РЕГИОНОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА</b>	
<i>Аксенов Дмитрий Анатольевич</i> НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОГРЕССИВНАЯ ИЛИ ПРОПОРЦИОНАЛЬНАЯ ШКАЛА ОБЛОЖЕНИЯ?.....	301



<i>Бурлаченко Юлия Константиновна</i> МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В СИСТЕМЕ ГОСКАЗНАЧЕЙСТВА .....	303
<i>Винокурова Анастасия Евгеньевна</i> ОСОБЕННОСТИ ЗАНЯТОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ .....	305
<i>Ильин Валерий Юрьевич</i> МОДЕРНИЗАЦИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА .....	308
<i>Кобзева Екатерина Васильевна</i> ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СФЕРЫ ПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ БЕЗОПАСНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ .....	310
<i>Мова Елена Владимировна</i> УГРОЗЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА .....	312
<i>Приходько Наталья Вячеславовна</i> ПРОБЛЕМЫ НЕРАВЕНСТВА В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ДОХОДОВ В РОССИИ И УКРАИНЕ .....	315
<i>Щербакова Вероника Витальевна</i> ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАНЫ .....	317
<b>РАЗДЕЛ 2</b>	
<b>УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ</b>	
<i>Алиева Диана Алескеровна</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА .....	319
<i>Араздурдыев Даянч Ашырдурдыевич</i> СООТНОШЕНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ КОНСТИТУЦИОННЫХ НОРМ И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВЕ) В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	323
<i>Беспалова Виктория Владимировна</i> НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	326
<i>Бецан Дарья Олеговна</i> АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	328
<i>Бибикова Римма Николаевна</i> <i>Кузенная Юлия Александровна</i> ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ .....	330

<b>Бондарь Оксана Валериевна</b> УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	333
<b>Гайлюс Екатерина Артуровна</b> ФИНАНСОВАЯ ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	335
<b>Гладких Татьяна Михайловна</b> РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОДХОДА.....	338
<b>Глыстюк Виктория Викторовна</b> ПОНЯТИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	340
<b>Голубцова Оксана Анатольевна</b> ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СБАЛАНСИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ .....	342
<b>Горовенко Юлия Игоревна</b> ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	345
<b>Долгушин Никита Алексеевич</b> ХАРАКТЕРИСТИКА И ОЦЕНКА РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ .....	347
<b>Задворный Иван Васильевич</b> ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ ПЕРЕРАБОТКИ МЯСА .....	350
<b>Заиченко Оксана Анатольевна</b> НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	353
<b>Заиченко Оксана Анатольевна</b> <b>Толощук Татьяна Витальевна</b> СУЩНОСТЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....	355
<b>Зелик Сергей Николаевич</b> НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ГОСУДАРСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	357
<b>Зуева Татьяна Вадимовна</b> МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ .....	360
<b>Изюмский Алексей Вадимович</b> <b>Чумак Анна Александровна</b> ВЛИЯНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА ОРГАНИЗАЦИЮ УЧЁТА ЗАТРАТ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ .....	363
<b>Ильин Валерий Юрьевич</b> <b>Косякова Галина Ивановна</b> УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ОДНА ИЗ ВАЖНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	366

<b>Ильин Валерий Юрьевич</b> <b>Хромовская Ольга Анатольевна</b> ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	369
<b>Ильин Владислав Юрьевич</b> ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЕНЧУРНЫМИ ИННОВАЦИОННЫМИ РИСКАМИ.....	371
<b>Калюжная Дарья Дмитриевна</b> ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	373
<b>Калюжная Дарья Дмитриевна</b> СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	376
<b>Канашионак Дмитрий Олегович</b> ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	378
<b>Каралкина Дарья Юрьевна</b> СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА ДОНБАССА .....	380
<b>Косачёва Юлия Романовна</b> ПОНЯТИЕ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА .....	383
<b>Кошечкина Татьяна Сергеевна</b> ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ВИДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ .....	386
<b>Крюкова Юлия Викторовна</b> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	388
<b>Кузнецов Михаил Артурович</b> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	390
<b>Лагуткина Юлия Анатольевна</b> ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА .....	392
<b>Литвинова Валентина Валериевна</b> УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ .....	394
<b>Матвиенко Виктория Сергеевна</b> ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	396
<b>Моць Илья Владимирович</b> <b>Понизовная Анастасия Евгениевна</b> <b>Деркачева Виктория Витальевна</b> УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ .....	397

<b>Некипелова Карина Александровна</b> ПРОЦЕСС ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА.....	401
<b>Пейчец Марина Викторовна</b> УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	404
<b>Понкратова Анна Юрьевна</b> <b>Шатский Алексей Владимирович</b> ДЕЙСТВИЕ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАКОНОВ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ОТНОШЕНИЙ.....	407
<b>Прасолова Мария Ивановна</b> МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....	409
<b>Пригорчук Евгений Владимирович</b> ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.....	412
<b>Приколота Валерий Игоревич</b> ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ...	415
<b>Сазонова Елизавета Руслановна</b> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КАЧЕСТВА КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ.....	418
<b>Слепухина Елена Сергеевна</b> РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ МИКРОСРЕДЫ СУБЪЕКТОВ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА .....	420
<b>Стрельцова Вероника Викторовна</b> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛНР.....	423
<b>Темлякова Татьяна Михайловна</b> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	425
<b>Толощук Татьяна Витальевна</b> ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	427
<b>Трапезникова Карина Алексеевна</b> ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	429
<b>Федорова Анастасия Юрьевна</b> ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОВАЙДЕРЫ В ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	431
<b>Фролова Кристина Петровна</b> ПОНЯТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА .....	433
<b>Хардин Алексей Александрович</b> ВИДЫ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	435

<i>Хомутовская Яна Николаевна</i> <i>Заклинская Наталья Ивановна</i> ЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ РАСЧЕТОВ И ПЛАТЕЖЕЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ .....	437
<i>Хомутовская Яна Николаевна</i> <i>Нескоровная Эвелина Ивановна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	440
<i>Хомутовская Яна Николаевна</i> <i>Спицына Алина Руслановна</i> МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	443
<i>Хомутовская Яна Николаевна</i> <i>Чекризова Виктория Викторовна</i> ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ОРГАНИЗАЦИИ .....	446
<i>Червяк Юлия Петровна</i> <i>Апкарян Карен Араатович</i> КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ .....	448
<i>Червяк Юлия Петровна</i> <i>Дрозд Анастасия Романовна</i> БЕЗРАБОТИЦА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ОБЩЕСТВА .....	450
<i>Червяк Юлия Петровна</i> <i>Звягинцева Юлия Александровна</i> РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ .....	453
<i>Червяк Юлия Петровна</i> <i>Мельников Дмитрий Олегович</i> УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	456
<i>Червяк Юлия Петровна</i> <i>Усачева Юлия Александровна</i> СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....	459
<i>Черноморова Валерия Дмитриевна</i> СПЕЦИФИКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ .....	462
<i>Черноморова Владислава Дмитриевна</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	464
<i>Чернышев Константин Сергеевич</i> МОДЕЛЬ ВЫЯВЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ (ЗНАЧИМЫХ) ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	468

<i>Чикова Мария Михайловна</i> ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДОВ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	470
<i>Шаповалова Мария Константиновна</i> <i>Корниенко Юлия Юрьевна</i> ВИДЫ И ФОРМЫ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	473
<i>Щеголькова Нелли Ивановна</i> ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА РУБЕЖОМ.....	476

### РАЗДЕЛ 3

#### ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

<i>Аноприев Владислав Алексеевич</i> СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	479
<i>Антонова Анна Александровна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	482
<i>Бережная Елена Александровна</i> ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И ИХ СООТВЕТСТВИЕ МОТИВАЦИОННЫМ ТИПАМ .....	485
<i>Вольвак Юлия Сергеевна</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА.....	488
<i>Гиманова Наталья Николаевна</i> <i>Чевердак Екатерина Игоревна</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ.....	490
<i>Гиманова Наталья Николаевна</i> <i>Лещенко Денис Олегович</i> СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ БЛАГОПРИЯТНОГО КЛИМАТА В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ .....	492
<i>Димитрова Наталья Павловна</i> ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	494
<i>Жарская Дарья Сергеевна</i> ТЕОРИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ.....	496
<i>Жданова Алевтина Вячеславовна</i> МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	498

<i>Заиченко Оксана Анатольевна</i> <i>Роговая Дарина Дмитриевна</i> РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ОСНОВЕ ДЕЛЕГИРОВАНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ .....	502
<i>Заиченко Оксана Анатольевна</i> <i>Трапезникова Карина Алексеевна</i> ВЛИЯНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ НА РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ .....	504
<i>Клименчукова Наталья Сергеевна</i> <i>Решетняк Наталья Владимировна</i> ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК .....	505
<i>Матвиенко Виктория Сергеевна</i> КЛАССИФИКАЦИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА .....	508
<i>Мешкова Анастасия Анатольевна</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	510
<i>Радченко Маргарита Петровна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ .....	513
<i>Решетняк Наталья Владимировна</i> <i>Онопrienко Елена Владимировна</i> <i>Шмелёва Ирина Александровна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ .....	516
<i>Скоркин Богдан Игоревич</i> АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ .....	518
<i>Слепухина Елена Сергеевна</i> ВЛИЯНИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ .....	521
<i>Слинько Сергей Николаевич</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ .....	524
<i>Федон Яна Дмитриевна</i> КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	526
<i>Черепяхина Анна Николаевна</i> ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ РУКОВОДИТЕЛЯ .....	530

<i>Черепашенко Елена Сергеевна</i> ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	534
<i>Шевченко Виктор Иванович</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОТДЕЛЬНЫХ ВОПРОСОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	536

#### РАЗДЕЛ 4

#### АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

<i>Агафонова Елена Владимировна</i> ФИНАНСОВЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	539
<i>Аксенов Дмитрий Анатольевич</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.....	541
<i>Базакуца Виктория Сергеевна</i> ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ.....	544
<i>Барская Елена Николаевна</i> ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ.....	547
<i>Крикун Надежда Александровна</i> МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	549
<i>Матюшко Анна Алексеевна</i> АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ.....	551
<i>Меркулова Ольга Николаевна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	554
<i>Никулина Надежда Сергеевна</i> СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ.....	557
<i>Столяров Александр Викторович</i> БЕЗОПАСНОСТЬ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ .....	560
<i>Челышева Вера Дмитриевна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	562
<i>Юрченко Елена Анатольевна</i> СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕУСТОЙЧИВОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ.....	564



## РАЗДЕЛ 5

### МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

*Карамушко Дарина Сергеевна*

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНО АКТИВНЫХ ПРОГРАММ  
ДЛЯ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ .....567

*Карамушко Наталья Анатольевна*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ  
КАК ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА.....570

## РАЗДЕЛ 6

### ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Алехина Екатерина Константиновна*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....573

*Аракелян Давид Арменович*

ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ  
ФОРМИРОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ .....576

*Гончаров Евгений Сергеевич*

СЕКРЕТЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА КАК ФАКТОР  
ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОНТЕНТОМ .....578

*Гончаров Евгений Сергеевич*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ  
НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ .....582

*Дариенко Оксана Леонидовна*

БРЕНДИНГ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА .....585

*Дудник Светлана Сергеевна*

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ПРЯМОГО  
МАРКЕТИНГА .....588

*Жарская Дарья Сергеевна*

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ЦЕНОВОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ  
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ  
НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ .....591

*Микрюкова Анастасия Евгеньевна*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ  
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ .....593

*Навроцкая Анастасия Алексеевна*

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....595

<i>Переходченко Дарья Константиновна</i> МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	597
<i>Пратасеня Алёна Витальевна</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	600
<i>Ружинская Инна Витальевна</i> ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА МАРКЕТИНГА .....	602
<i>Скачко Екатерина Валериевна</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	605
<i>Слепенчук Денис Константинович</i> ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	608
<i>Столбунов Александр Анатольевич</i> ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ .....	611
<i>Хромовская Ольга Анатольевна</i> СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	614
<i>Худайназарова Юлия Хамидовна</i> МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ.....	615
<i>Шевченко Вера Георгиевна</i> РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МЫШЛЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТОЛОГА .....	618

## РАЗДЕЛ 7

### ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

<i>Попов Василий Борисович</i> ЛИМИТАРНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ПОСТКЛАССИЧЕСКОГО ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКОГО КОНТИНУУМА.....	622
<i>Рудой Александр Анатольевич</i> ОСНОВНЫЕ ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ .....	624
<b>СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....</b>	627

## ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



### **Уважаемые участники, организаторы и гости конференции!**

От имени оргкомитета конференции приветствую собравшихся на I Международной научно-практической конференции молодых учёных «Механизмы обеспечения экономической безопасности в условиях развития трансграничного сотрудничества» и благодарю вас за то, что вы сегодня вместе с нами!

Хорошо известно, что процесс обучения в вузе неразрывно связан с наукой. Студенческая наука в своём истинном предназначении – это не формальное участие молодых людей в проведении научных мероприятий, выполнение ими авторских разработок, это важнейшая составляющая профес-

сиональной подготовки современного специалиста.

Университеты, способные генерировать научные достижения в перспективных научных направлениях, являются лидерами в подготовке востребованных на рынках труда специалистов, именно такие научно-образовательные учреждения наиболее привлекательны для поступления и получения образования.

Тема, объединившая участников конференции, актуальна для современного сообщества и нашего молодого государства, поскольку обеспечение экономической безопасности в условиях развития трансграничного сотрудничества – это залог устойчивого развития нашего региона в постоянном плодотворном сотрудничестве с приграничными территориями, направленном на установление и поддержание добрососедских отношений, а также развитие совместных инициатив в различных сферах общественной жизни.

Желаю участникам конференции плодотворной работы, новых идей и открытий, интересных встреч и творческих достижений!

**Первый проректор ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»,  
д-р пед. наук, профессор**

**Г.А. Сорокина**

## РАЗДЕЛ 2 УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

УДК [330.341.1:332.12] (477.61)

**Антонюк Светлана Витальевна**  
ассистент кафедры экономической  
теории и прикладной статистики  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТРАСЛЕЙ ЛНР

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию состава и структуры экономического потенциала ЛНР. Рассмотрены вопросы управления экономическим потенциалом Республики как важной составляющей стратегии социально-экономического развития территории, улучшения качества жизни её населения и обеспечения стабильного экономического роста. Определены проблемы эффективного использования экономического потенциала Луганской Народной Республики в условиях становления трансграничного сотрудничества.

**Ключевые слова:** экономический потенциал Республики, управление экономическим потенциалом, ресурсы, конкурентоспособность, конкурентные преимущества стран, восстановление кооперационных связей.

**Annotation.** The article is devoted to investigation of content and structure of the economic potential of Luhansk People's Republic. Considered questions of Republic economical potential management – important component of strategy of territory social-economic development, as the right way of population life quality increase and guaranteeing stable economic development. Identified problems of effective using of the economic potential of Luhansk People's Republic in the conditions of cross-border cooperation.

**Keywords:** economic potential of Republic, management of economic potential, resources, competitiveness, competitive advantage of countries, restoration of cooperation ties.

В рыночных условиях успешная реализация стратегических направлений развития страны в значительной степени зависит от

эффективности использования её потенциала. Потенциал формируется под непосредственным влиянием факторов внутренней и внешней среды, ориентируют страну на достижение долгосрочных целей развития в соответствии с имеющимся ресурсным обеспечением.

Экономический потенциал – это комплексный показатель, характеризующий экономическую мощь страны, накопленные ею ресурсы, её реальную и потенциальную способность производить продукцию и оказывать услуги, обеспечивая высокий уровень человеческого развития в стране [1, с. 38].

Луганская Народная Республика имеет выгодное географическое расположение, близость источников сырья и рынков сбыта продукции. Но на данный момент, в связи с продолжающимися военными действиями, блокадой и непризнанностью Республики, пострадала многоотраслевая промышленность, развитая сеть транспортных коммуникаций и другие неоспоримые её преимущества перед другими странами.

Наиболее важной задачей для ЛНР остаётся подъем её промышленного потенциала. В условиях разрушенного войной хозяйства это сложная задача, но вполне реализуемая.

Своеобразной вехой в данном направлении стало принятие Народным советом ЛНР проекта закона «Об инвестиционной деятельности», регулирующего механизмы привлечения внешних инвестиций в экономику республики.

За год работы Народным советом ЛНР было принято более 120 законов, в том числе Трудовой, Уголовный и Уголовно-процессуальный кодексы. Госкомитетом налогов и сборов ЛНР составлен государственный реестр регистраторов расчетных операций, разрешённых к применению на территории республики. Советом министров рассмотрен проект закона «О судебных приставах», внесены изменения в закон ЛНР «О полиции» [5].

С 1 сентября 2015 года основной денежной единицей на территории ЛНР стал российский рубль [3].

Машиностроение – это базовая отрасль экономики любой высокоразвитой страны, сердцевина индустрии, важнейшая отрасль промышленности, её интеллектуальный потенциал. В настоящее время предприятия машиностроения Республики (ПАО «Лугансктепловоз», ЧАО «Лугцентрокуз им. С.С. Монятовского», ГП «Лутугинский научно-производственный валковый комбинат», ЧАО «Автомотозапчасть», ООО «Лугасталь») преодолевают последствия военных действий, политической и экономической блокады, и как следствие, трудности с поставкой сырья, сбытом готовой продукции.

По данным статистики в 2016 году на предприятиях машиностроения работало более 9 тысяч человек, среднемесячная заработная плата штатного работника составляла 4719 рублей. За январь-июль 2015 года предприятиями реализовано продукции (работ, услуг) машиностроения на 513,3 млн грн.

В развитие машиностроения за первое полугодие 2016 года освоено 12,0 млн рублей капитальных инвестиций – это более 2,0% от общего объема по Республике, что приблизительно на 2,75 млн руб. больше, чем за первое полугодие 2015 года. Основным источником финансирования являются собственные средства предприятий. Предприятия отрасли традиционно занимают лидирующие позиции среди промышленных предприятий нашего региона. Этого не смогли изменить существенные структурные колебания.

Ежедневно тысячи работников автомобильного и дорожного хозяйства Луганской Народной Республики, преодолевая трудности политической и экономической блокады со стороны Украины, поврежденную войной дорожную инфраструктуру, обеспечивают бесперебойное функционирование всех сфер жизнедеятельности, прочно связывают между собой районы и города Республики. Благодаря их самоотверженному труду растут объемы перевозок пассажиров и грузов, расширяются внешние и внутренние связи.

В августе 2016 года среднесписочная численность штатных работников автотранспортных предприятий ЛНР (с численностью работников 4 человека и более) составила 3256 человек (1,7% от общего количества занятых на предприятиях Республики).

На начало октября 2016 года в Луганской Народной Республике на рынке коммерческих грузовых перевозок работало 57 предприятий, пассажирских 38. Среди городов и районов Республики наибольшее количество предприятий, выполнявших грузовые перевозки, сосредоточено в г. Луганске и в г. Алчевске, пассажирские – в г. Луганске и г. Антраците.

Развитие агропромышленного комплекса в решающей мере определяет уровень продовольственной безопасности государства и социально-экономическую обстановку в обществе. Приоритетным направлением в растениеводстве является производство зерна. По состоянию на 1 сентября 2016 года намолочено более 2,5 миллионов центнер зерновых и зернобобовых культур при урожайности 27,7 центнер с 1 гектара, в том числе пшеницы – 2,0 миллиона центнер. По сравнению с соответствующей датой 2015 года отмечено увеличение валового сбора зерновых и зернобобовых культур в 1,7 раза (пшеницы – в 2,0 раза), урожайности зерновых и зернобобовых культур – на 6,7 центнер с 1 гектара.

Наметились положительные тенденции и в животноводстве. Так, на 1 сентября 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года произошло увеличение поголовья крупного рогатого скота более чем на 8,0%, в том числе коров – на 7,7%, свиней – в 1,6 раза, овец и коз – на 25,5%, птицы – на 30,3%.

За январь-август 2016 года производство мяса в республике составило 100,7 тысяч центнер, что в 5,1 раза больше, чем в январе – августе 2015 года, производство молока – 35,8 тысяч центнер (на 32,0% больше), производство яиц от птицы всех видов – 104 миллиона штук (на 23,7% больше).

Важное социально-экономическое значение для республики имеет развитие пищевой промышленности, функции по обеспечению сырьем которой выполняет сельское хозяйство. Среди предприятий пищевой промышленности лидерами являются: ПАО «Луганск-Нива», ООО «Золотой урожай Луганск», ООО «ТД «Аванти», ТП «Луганский хладокомбинат ПАО «Луганскхолод», ЧАО «Перевальский мясоперерабатывающий завод», ООО «Станица», ООО «Луганский мясокомбинат», ООО Сельскохозяйственная фирма «Агротеха», ООО ЛЛВЗ «Луга-Нова», ЧАО «Ровеньковский пивоваренный завод». За восемь месяцев 2016 года предприятиями пищевой промышленности было реализовано продукции на 4,4 миллиарда рублей.

Добывающая промышленность, и прежде всего, добыча каменного угля, была, есть и еще долгое время будет оставаться одной из ключевых отраслей нашей экономики, обеспечивая топливом предприятия и население, являясь основной статьей экспорта Республики. Российские аналитики прогнозируют в скором времени рост объемов добычи угля в связи с возрастающей потребностью в энергоресурсах вследствие нехватки природной нефти. А от количества и качества добытого сырья зависит, будет ли тепло и светло в домах и квартирах жителей предстоящей зимой, как ритмично смогут работать большинство предприятий.

Потребительский рынок в Республике неуклонно развивается – постепенно налаживаются новые экономические маршруты, крепнут партнерские отношения, прежде всего с Российской Федерацией и Республикой Беларусь, появляются новые поставщики. Ценовая ситуация в Республике также имеет стойкую положительную динамику, о чем свидетельствуют данные об индексе потребительских цен на товары и услуги в 2016 году, который снизился с 102,1% за январь до 99,6% за июнь (данные приводятся к декабрю 2015 года).

Прослеживается положительная динамика роста розничного товарооборота и снижения ценовых котировок, причем не только вследствие воздействия сезонных колебаний, но и за счет насыщения

рынка товарами и услугами, а также грамотной регуляторной политики руководства Республики [4].

Важным преимуществом нашей Республики является наличие достаточного научного потенциала и высококвалифицированных кадров в ряде определяющих отраслей экономики, значительного опыта и мирового уровня разработки и производства многих изделий авиационной, космической, машиностроительной, военной и другой техники.

Создание конкурентной среды в ЛНР должно формироваться с учётом направления возможных векторов развития конкуренции со стороны отечественных и иностранных компаний. Поэтому для повышения уровня конкурентоспособности экономики Республики необходимо создание благоприятных финансово-экономических, организационных и правовых условий для международной экономической интеграции [2, с. 28].

Восстановление кооперационных связей между производственными предприятиями является ключевым фактором развития экономики ЛНР. Первым шагом к реализации программы кооперации предприятий должно быть создание нормативно-правовой базы для развития региональной производственной кооперации. Промышленные предприятия первоначально должны использовать как финансовые инструменты поддержки, так и нефинансовые, активизировать все имеющиеся на данный момент ресурсы. Важным является то, что развитие кооперации даст возможность создания рабочих мест и восстановления внешних торговых связей Республики.

По сравнению с ЛНР, у Южной Осетии и Абхазии, к сожалению, нет такого промышленного потенциала, который есть у неё. Но несмотря на это Республика в дальнейшем сможет заключать сотрудничество с Абхазией, например, в плане поставки цитрусовых, а также установит связи по оздоровлению на их территории. Кроме этого, ЛНР также имеет перспективу в будущем реализовывать свою продукцию на их рынке.

Так, химическая промышленность России ощущает нехватку мономеров, из которых формируются полимеры. Химики ЛНР, обладая малой производственной базой, но большим опытом практической работы, вполне могли бы занять эту нишу. Существует большое количество производственных идей, которые в силу сложившихся корпоративных отношений и непризнанности не были реализованы.

Главной целью на данный момент является повышение качества жизни населения, возобновление инновационной деятельности, создание благоприятных условий для ведения бизнеса, укрепление безопасности жизнедеятельности, развитие приграничного сотрудниче-



ства и повышение эффективности социального обслуживания населения Республики.

### **Список использованных источников**

1. Азаров В.С. Современная экономика: вопросы теории, практики и методики изучения: учебно-методическое пособие для студентов неэкономических специальностей БрГУ им. А.С. Пушкина / В.С. Азаров, Л.П. Бульгина, Е.И. Каверина; под. общ. ред. В.П. Павловская. – Брест, 2006. – 125 с.

2. Кочергина Е.Ю. Конкурентный ромб М. Портера : Успешное позиционирование Украины на рынке ЕС / Е.Ю. Кочергина // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XVI междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2012. – С. 22–28.

3. Материалы информационно-аналитического издания «Одна родина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://odnarodyna.org/>

4. Сайт Государственного комитета статистики Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gkslnr.su/>

5. Сайт Народного Совета Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nslnr.su/>

УДК 657.421.3: 17.022.1

**Боярская Ольга Владимировна**

**к.э.н., доцент**

**Колесникова Вита Викторовна**

**к.э.н., доцент**

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

### **СУЩНОСТЬ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ**

***Аннотация.*** Раскрыта сущность понятий «репутационные риски» и «управление репутационными рисками субъектов предпринимательства». Представлен анализ существующих подходов и практики управления репутационным риском в разрезе базовых задач риск-менеджмента. Уточнен механизм управления репутационными рисками бизнес-структур. Определены методы управления репутационными рисками предприятий.

**Ключевые слова:** репутационные риски; управление репутационными рисками субъектов предпринимательства; методы управления репутационными рисками.

**Annotation.** The essence of the concepts of «reputational risks» and «management of reputational risk» businesses. The analysis of existing approaches and reputation risk management practices in the context of the basic tasks of risk management. It clarifies the management mechanism reputational risks of business structures. Identified management practices reputational risk enterprises.

**Keywords:** reputational risks; reputation risk management businesses; management practices reputational risks.

Одним из основных наиболее значимых рисков, влияющих на эффективное функционирование и уровень капитализации бизнес-структур, является репутационный риск, появление которого обусловлено активным воздействием на деятельность предприятия различных групп общественности. На сегодняшний день в теории и практике риск-менеджмента данному риску не уделяется должного внимания. Однако анализ функционирования организаций свидетельствует, что в современных высококонкурентных рыночных условиях именно репутационный риск приобретает всё большее значение, его недооценка и игнорирование приводит к достаточно губительным для предприятия последствиям.

Целью статьи является развитие теоретических положений и методического инструментария оценки и управления репутационным риском предприятий в целях повышения их конкурентоспособности за счет повышения привлекательности образа предприятия для целевой аудитории.

К настоящему моменту времени в теории риск-менеджмента дискуссионной остается трактовка понятия «репутационный риск», а понятие «управление репутационным риском» практически не рассматривается; отсутствует четкое понимание сущности данного риска; среди специалистов нет единой позиции в вопросе о том, как его классифицировать и как ему противодействовать.

В современной экономической науке не существует единой четкой определенной трактовки понятия «репутационные риски субъектов предпринимательства». Можно выделить два подхода, которые воспроизводятся различными группами учёных. Автором первого подхода является Е. Гриффин, в соответствии с которым «репутационный риск – это реальная или потенциальная угроза деловой репутации – угроза, которая, если не контролировать должным образом, может привести к губительному для репутации кризису» [1]. В этом определении акцен-

тируется внимание на необходимости контроля репутационных рисков, однако автором в определении не уточняется, что именно он подразумевает под кризисом репутации компаний. Другой подход предложен А. Заманом, определяющий репутационный риск как «результат сравнения, осуществляемого заинтересованными сторонами того, как компания и её сотрудники должны вести себя в соответствии с ожиданиями, и как они ведут себя в действительности» [3]. Такое определение следует трактовать в контексте эмоционального восприятия деятельности предприятия контактными аудиториями. Автор делает акцент на связи репутационных рисков с ожиданиями заинтересованных лиц. Г. Хоней считает, что в случае отклонения фактического состояния и действий предприятия, ожидаемых стейхолдерами, возникает репутационный риск, который при превышении ожидания рассматривается как возможность получения предприятием дополнительных преимуществ на рынке. При совпадении фактического состояния с ожидаемым репутационный риск отсутствует. Если ожидания не оправдываются, то риск перерастает в угрозу и его величина увеличивается прямо пропорционально увеличению разрыва между ожиданием и реальностью [4].

Важно отметить, что количественные и качественные характеристики репутационных рисков зависят от: жизненного цикла предприятия, отрасли и продукта; организационно-правовой формы и размера предприятия; сферы предпринимательской деятельности; стратегии развития предприятия; финансовых ресурсов; взаимоотношений с прямыми (клиенты, инвесторы, в частности, акционеры, посредники, поставщики, конкуренты, государственные органы, СМИ, сотрудники) и косвенными (общественные организации, активисты, пользователи социальных сетей) стейхолдерами, в частности, от уровня их доверия к деятельности предприятия.

Особенностью репутационных рисков предприятий является то, что они постоянно меняются и появляются новые, но ни от одного из них невозможно полностью застраховаться, их можно только минимизировать. В отечественной практике ведения предпринимательской деятельности управления репутационными рисками происходит по факту, что сводится только к уменьшению вреда, причиненного риском, который уже наступил. Эффективный риск-менеджмент предприятий должен включать постоянный мониторинг репутационных рисков с целью их выявления на начальной стадии - в момент, когда возможность финансовых потерь минимальна. В контексте вышесказанного, управление репутационными рисками целесообразно рассматривать как деятельность предприятия, направленную на сокращение возможных потерь, возникающих в результате повышения рисков деловой репутации. Управление репутационными рисками пред-

приятий – это «комплекс взаимосвязанных организационных, технологических, информационных, финансовых и юридических мероприятий, объединенных единой технологией, направленной на поддержание позитивного репутации» [2].

Механизм системы управления риском потери деловой репутации должен разрабатываться в рамках стратегии риск – менеджмента как составной корпоративного управления предприятием (табл. 1).

В настоящее время понятие «репутационный риск» в полной мере не определено, а адекватная классификация репутационного риска, как и полноценный методический инструментарий оценки и воздействия на данный риск отсутствуют. Более того, до сих пор не выработаны единые концептуальные основы и методические подходы к управлению репутационным риском, к построению системы управления данным риском на предприятии. Управление репутационными рисками предприятий – это набор взаимосвязанных экономических, организационных, технологических, информационных, финансовых и юридических мероприятий, направленных на поддержание позитивной репутации. Механизм управления риском потери деловой репутации должен разрабатываться в рамках стратегии риск – менеджмента как составной корпоративного управления предприятием.

В настоящее время, среди предприятий наиболее распространенным методом управления репутационным риском является совершенствование корпоративного управления на основе комплаенс – это обязанность предприятия соответствовать внутренним политикам и процедурам организации, которые разрабатываются с учётом местного законодательства и ведущих международных практик. На предприятии оно реализуется путем разработки внутренних документов и создания условий, в которых все сотрудники предприятия будут вести себя в соответствии с высокими профессиональными и этическими стандартами по отношению, как к внешним, так и внутренним участникам рынка.

Основной метод риск-менеджмента по управлению репутационным риском – это избегание или уклонение. Однако нужно не уклоняться, а оптимизировать влияние репутационного риска на предприятие путем постоянного и креативного использования различных инструментов, методов и приемов целенаправленного маркетинга, а также его гармоничного сочетания с адекватным менеджментом предприятия.

**Таблица 1 – Анализ существующих подходов и практики управления репутационным риском в разрезе базовых задач риск-менеджмента**

Ключевые задачи управления репутационным риском	Источник	Решение их в теории и практике риск-менеджмента
Определение понятия «репутационный риск»	Гриффин Э., Заман А., Костюченко Н.С., Недоспасова В.В., Пестриков С.А., Задорожко Д.С.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неоднозначность его толкования в нормативных документах и научной литературе;</li> <li>– четко не определяется или расплывчато представляется объект репутационного риска, а также узко конкретизируются причины возникновения данного риска и область его существования;</li> <li>– среди специалистов нет четкого понимания сущности данного риска, что ограничивает классификацию репутационного риска, возможности оценки и управленческих воздействий на него;</li> <li>– большая часть определений не учитывает особенности репутационного риска и не позволяет строить на своей основе систему управления данным риском.</li> </ul>
Классификация репутационного риска	Гриффин Э., Гавришин К.В., Костюченко Н.С., Задорожко Д.С., Школин А.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– существующие классификации абстрактны и не связаны с общей концепцией управления репутационным риском;</li> <li>– отсутствуют принципиальные различия в подходах к классификации;</li> <li>– в предложенных классификациях не учитываются специфика и особенности данного риска;</li> <li>– в классификацию репутационного риска многие включают последствия воздействия данного риска на предприятие и/или источники (причины) его появления (усиления).</li> </ul>

Ключевые задачи Управления репутационным риском	Источник	Решение их в теории и практике риск-менеджмента
Методы оценки и воздействия на репутационный риск	Пестриков С.А., Костюченко Н.С., Недоспасова В.В., Задорожко Д.С.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– не сформирован единый концептуальный подход к оценке репутационного риска и воздействию на него;</li> <li>– отсутствует согласованность в способах определения, измерения и оценки репутационного риска, а также в способах воздействия на него;</li> <li>– оценка риска редко связана с его определением;</li> <li>– методы воздействия на репутационный риск в основном связаны с совершенствованием деятельности предприятия в целом и с улучшением реализации им различных операций и отдельных бизнес-процессов, но не связаны со стратегией управления репутационным риском, которая отсутствует;</li> <li>– существующие инструменты не носят системного и комплексного характера.</li> </ul>

Основными этапами управления репутационными рисками предпринимательских структур являются: определение тактических, стратегических целей и задач управления репутационными рисками; выявление, идентификация, ранжирование рисков деловой репутации; выявление рискообразующих факторов развития репутации; количественная и качественная оценка репутационных рисков; разработка, утверждение и реализация мероприятий, направленных на минимизацию и оптимизацию репутационных рисков; осуществления мониторинга и контроля эффективности управления рисками деловой репутации; корректировки вышеприведенных этапов управления в соответствии с изменениями в репутационном среде предприятия.

Анализ существующих подходов и методов управления рисками в целом и репутационным риском в частности показал, что они

малозффективны, незначительны или вовсе невозможны для данного риска в силу его специфики и мало изученности.

Напрямую описанные методы и подходы могут применяться для совершенствования деятельности предприятия в целом, а также для улучшения его отдельных бизнес-процессов и реализации различных операций.

#### **Список использованных источников**

1. Гриффин Эндрю Управление репутационными рисками: стратегический подход / Эндрю Гриффин; пер. с англ. С. Кривошеина. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 236 с.

2. Задорожко Д.С. Моделирование репутационного риска российских открытых акционерных обществ нефтегазовой отрасли: Автореферат диссертации... канд. экон. наук: 08.00.13. Москва, 2013. – 23 с.

3. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / А. Заман. – М.: Олимп–Бизнес, 2008. – 416 с.

4. Honey G. Integrating Reputation Risk within an ERM framework / G. Honey // Chiron consultants. – January 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.theirm.org/events/documents/Gary\\_honey.pdf](http://www.theirm.org/events/documents/Gary_honey.pdf)

УДК 339.14

**Вавулин Леонид Сергеевич**  
старший преподаватель  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИКОЙ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСКИХ ЦЕНТРОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ**

**Аннотация.** Логистика транспортно-складских центров является связующим звеном между такими элементами логистической системы как снабжение, производство и распределение. В статье исследуется целесообразность и эффективность формирования логистических транспортно-складских центров в период интеграции Луганской Народной Республики во внешнеэкономическую систему производства и распределения в условиях неопределённости.

**Ключевые слова:** инновационное развитие, интеграционные системы, кооперация, транспортно-складские центры, цепи поставок.

**Annotation.** Logistics transport and warehouse centers, is the link between procurement, production and consumption. The article investigates the feasibility and efficiency of the formation of logistics transport and storage centers in the integration period of the Lugansk People's Republic of foreign economic system of production and trade in the conditions of uncertainty.

**Keywords:** innovative development, integration systems, cooperation, transport and storage centers, supply chain.

В настоящее время в условиях интеграции Луганской Народной Республики во внешнеэкономическую систему производства и торговли большую актуальность приобретает развитие национальной логистической инфраструктуры, основными элементами которой являются транспортно-складские центры.

Инновационная модель развития экономики Луганской Народной Республики предполагает необходимость создания и развития современной логической системы прохождения товарного потока как внутри республики, так и в экспортно-импортном направлении. В последнее время логистика является эффективным инструментом планирования и организации управления материальными и связанными с ними информационными и финансовыми потоками и определяет конкурентоспособность товаров производимых в республике как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Одним из наиболее эффективных путей развития в рыночной экономике следует считать формирование опорной сети транспортно-складских центров, которые удовлетворяют возрастающие потребности экономики и населения в грузовых перевозках [2].

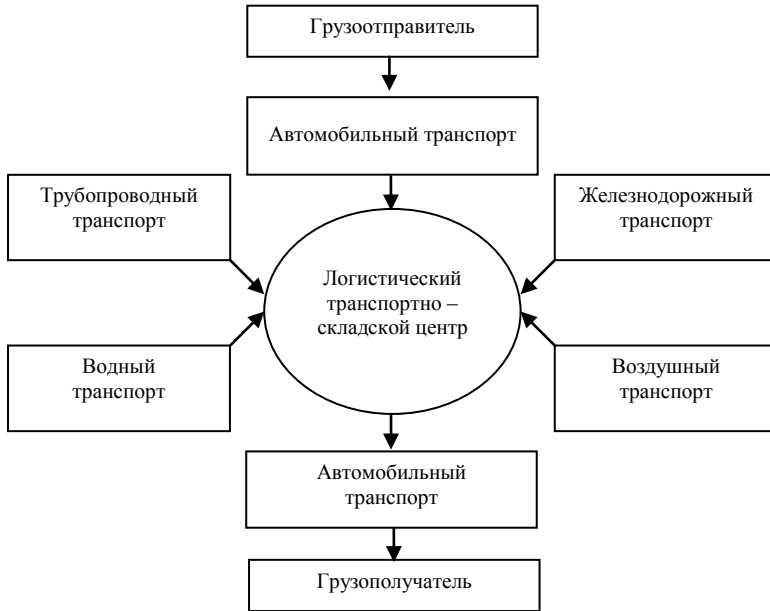
Формирование комплексного подхода к развитию логистического сервиса в транспортно-складских системах позволяет эффективно обслуживать грузовладельцев, освобождать их от непрофильной деятельности, связанной с транспортировкой продукции и других функций, таких как упаковка, складирование, управление запасами [3].

Целью логистической кооперации транспортно-складских систем с товаропроизводителями является снижение затрат времени и общих издержек на товародвижение, улучшение уровня обслуживания и повышение гибкости цепей поставок [4].

Транспортно-складские комплексы функционируют в экономических системах товародвижения от грузоотправителя к грузополучателю с использованием различных транспортных средств и способов перевозки (рис. 1) [5] и представляют собой полноценную логистическую систему со всеми присущими ей свойствами, в том числе автономностью, целостностью, адаптивностью и устойчивостью.



Задача формирования и рационального размещения транспортно-складских центров может быть успешно решена только при условии глубокого анализа и оптимизации грузопотоков и анализа перспектив развития всего региона в рамках системы его логистического обслуживания.



*Рисунок 1 – Принципиальная схема транспортно-логистической системы доставки грузов\**

*\*Разработано автором на основе [5].*

Особое значение в данном контексте приобретает построение логистической инфраструктуры. Данное обстоятельство предполагает определение архитектуры хозяйственных связей, регламентирующих экономическую логику движения материальных потоков через транспортно-складские центры (рис. 2) [7]. Такой подход, безусловно, упрощает моделирование логистических потоков [6].

Логистический подход к управлению транспортно-складскими центрами предполагает осуществление оптимизации потоковых процессов, протекающих в ходе переработки грузов как на уровне самого терминала, так и в рамках всего технологического цикла, предусматривающего участие всех субъектов цепи поставок, в масштабах региональной, национальной, межнациональной и глобальной экономики.

Деятельность транспортно-складских комплексов должна быть направлена на обеспечение максимального эффекта на основе установления партнерских, взаимовыгодных отношений между всеми участниками транспортно-логистического процесса при максимальном удовлетворении запросов клиентов на основе интеграционных качеств обслуживания [1].

В составе транспортно-складских комплексов должны работать системы информационной поддержки, обеспечивающие информационное сопровождение перевозочного процесса, хранения, переработки грузов, сервисного и других видов логистического обслуживания [7].

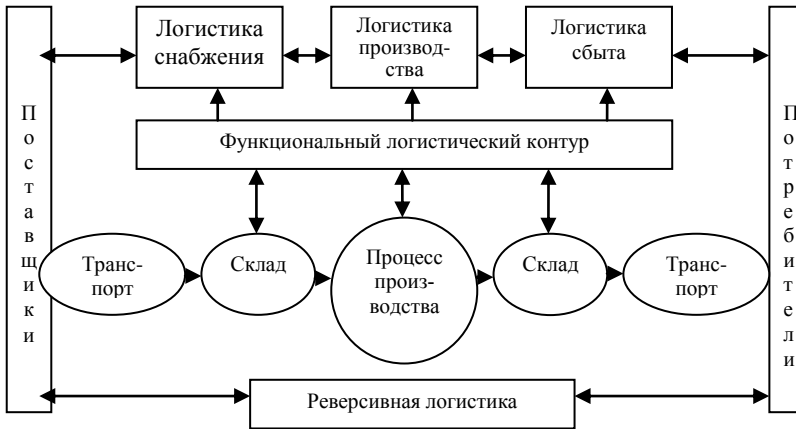


Рисунок 2 – Транспортно-складские центры в логистических системах\*  
\*Разработано автором на основе [7]

Предлагаемый нами состав транспортно-складских комплексов должен включать: транспортно-экспедиторские компании, провайдеров логистических услуг, операторов складского хозяйства, диспетчерские и другие сервисные службы, обеспечивающие комплексное транспортно-складское обслуживание.

В составе транспортно-складских комплексов должны работать системы, которые ориентированы и специализированы на обслуживание грузовых потоков подчинённые единому центру.

В результате проведенного нами исследования, одним из элементов повышения эффективности экономики в условиях интеграции Луганской Народной Республики во внешнеэкономическую систему является необходимость создания логистических транспортно-складских центров. Формирование центров обеспечит непрерывный процесс товародвижения и одновременно создаст предпосылки для

сокращения времени движения товаров, ускорения оборота капитала, снижения издержек производства и распределения, что обеспечит формирование эффективной конкурентной среды в регионе в условиях неопределённости.

### **Список использованных источников**

1. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / пер. с англ. / Доналд Дж. Бауэрсокс, Д.Д. Клосс. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.
2. Дыбская В.В. Управление складированием в цепях поставок / В.В. Дыбская. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2009. – 720 с.
3. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем / пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 798 с.
4. Логистика: учебник / под ред. Б.А. Аникина. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 368 с.
5. Маликов О.Б. Склады и грузовые терминалы: Справочник / О.Б. Маликов. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2005. – 560 с.
6. Модели и методы теории логистики: учебное пособие / под ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.
7. Олейник Я.Б. Украина и еврологистика: направления интеграционного сотрудничества / Я.Б. Олейник, И.Г. Смирнов, И.В. Шум // Логистика: проблемы и решения. – 2008. – №4. – С. 66–76.

УДК 336.279:631.11

**Высокоморная Юлия Андреевна**  
студентка  
**УО «Белорусская государственная**  
**сельскохозяйственная академия»**

### **СНИЖЕНИЕ РИСКА БАНКРОТСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

***Аннотация.*** Проведен анализ риска банкротства сельскохозяйственных организаций региона в динамике.

***Ключевые слова:*** экономическая безопасность, безопасность предприятия, риск банкротства.

**Annotation.** An analysis of the risk of bankruptcy of agricultural organizations in the region in dynamics.

**Keywords:** economic security, enterprise security, bankruptcy risk.

Экономика любого общества состоит из множества субъектов хозяйствования. Поэтому успешное решение задач, стоящих перед экономикой государства, во многом зависит от эффективности функционирования её производственных единиц [2].

Хозяйственная деятельность субъектов хозяйствования в условиях рыночной экономики отличается неопределенностью. В особенности это касается организаций АПК, на результативность деятельности которых большое влияние оказывают природно-климатические факторы. Кроме того в современных условиях дополнительные сложности для всех организаций создает затянувшийся экономический кризис, породивший многие опасности и угрозы. Наряду с нестабильной политической ситуацией в мире, конфликтами различных уровней, несовершенством коммерческого законодательства это резко обострило проблему обеспечения безопасности предприятий.

Существует мнение, что при определении направлений обеспечения экономической безопасности организации можно использовать два подхода:

1) упреждающая деятельность, характеризующаяся мерами, предпринимаемыми в кадровой работе, информационной деятельности и обеспечении безопасности имущества;

2) регулирующая деятельность, направленная на выявление факторов нарушения режима безопасности [3].

Объектом системы обеспечения экономической безопасности является стабильное экономическое состояние организации в текущем и перспективном периодах.

По нашему мнению, комплексный подход к обеспечению экономической безопасности сельскохозяйственных организаций, как составной части экономики государства, должен основываться на всестороннем анализе хозяйственной деятельности и, в особенности, их финансового состояния.

Большую угрозу экономической безопасности организаций АПК представляет риск банкротства. Очевидно, что его своевременная диагностика и принятие мер по предотвращению несостоятельности субъектов хозяйствования позволит существенно повысить экономическую безопасность, как отдельных предприятий, так и в целом государства и его регионов.

В качестве объекта исследования нами выбрана совокупность сельскохозяйственных организаций Могилевской области Республики

Беларусь. Используя дискриминантную модель Таффлера и средние значения факторов, рассчитаны значения Z-счета для всех районов области в динамике за три года [1]. Наряду с текущим состоянием организаций по районам, изменение резульативного признака в динамике позволяет определить тенденции развития риска банкротства. Кроме того, группировка районов по уровню вероятности банкротства может указать на положительные или отрицательные изменения в целом по региону.

**Таблица 1 – Динамика риска банкротства сельскохозяйственных организаций**

Район	Значение Z-счета			2015 г. к 2013 г. (+, -)
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	
Бельничский	0,237	0,214	0,075	-0,162
Бобруйский	0,203	0,287	0,222	0,019
Быховский	0,225	0,183	0,133	-0,092
Глуский	0,155	0,141	0,093	-0,062
Горецкий	0,164	0,180	0,162	-0,002
Дрибинский	0,185	0,199	0,169	-0,016
Кировский	0,239	0,217	0,176	-0,063
Климовичский	0,145	0,139	0,138	-0,007
Кличевский	0,284	0,237	0,189	-0,095
Костюковичский	0,205	0,203	0,213	0,008
Краснопольский	0,129	0,147	0,142	0,013
Кричевский	0,181	0,182	0,182	0,001
Круглянский	0,161	0,182	0,167	0,006
Могилевский	0,177	0,176	0,213	0,036
Мстиславский	0,213	0,210	0,197	-0,016
Осиповичский	0,141	0,137	0,110	-0,031
Славгородский	0,138	0,150	0,139	0,001
Хотимский	0,151	0,157	0,149	-0,002
Чаусский	0,213	0,203	0,173	-0,040
Чериковский	0,177	0,174	0,160	-0,017
Шкловский	0,073	0,100	0,069	-0,004
В среднем по региону	0,181	0,182	0,156	-0,025

По данным таблицы 1 следует отметить, что в 2014 году ситуация в отношении риска банкротства по региону не изменилась. Однако в 2015 году наблюдается значительное снижение Z-счета, что указывает на ухудшение финансового состояния сельскохозяйственных организаций в разрезе административных районов.

Если рассматривать значение Z-счета по районам, то можно заметить, что в 2013 году максимальное значение присуще Кличевскому району, в 2014 и 2015 годах – Бобруйскому району. Самая неблагоприятная обстановка по риску банкротства на протяжении всех периодов у Шкловского района.

Положительная динамика изменения Z-счета в 2015 году по отношению к 2013 году наблюдается в таких районах, как Бобруйский, Костюковичский, Краснопольский, Кричевский, Круглянский, Могилевский и Славгородский. В других районах риск банкротства возрастает, что, по нашему мнению, указывает на необходимость принятия регулирующих действий по обеспечению экономической безопасности их сельскохозяйственных организаций. Наиболее сложная ситуация в организациях Бельничского района, где значение Z-счета за анализируемый период снизилось на 0,162 и достигло в 2015 году критического уровня.

Для более детального анализа риска банкротства проведем группировку районов по уровню риска банкротства.

**Таблица 2 – Группировка районов по уровню риска банкротства**

Показатель	Число районов			2015 г. к 2013 г. (+, -)
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	
Небольшая вероятность банкротства ( $Z > 0,2$ )	8	7	3	- 5
Высокая вероятность банкротства ( $Z < 0,2$ )	13	14	18	+ 5

По данным таблицы 2 прослеживается устойчивая тенденция снижения количества районов, сельскохозяйственным организациям которых присуща небольшая вероятность банкротства. Наиболее сложное положение наблюдается в 2015 году, где их количество уменьшилось до трех (Бобруйский, Костюковичский и Могилевский районы).

Таким образом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

- для обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственных организаций Бобруйского, Костюковичского и Могилевского районов, где на протяжении последних лет сохраняется невысокая вероятность банкротства, необходимо использовать меры упредительного характера для предотвращения негативного воздействия внешних факторов на ухудшения финансового состояния;

- для организаций Краснопольского, Кричевского, Круглянского и Славгородского районов, в которых значения

показателя Z-счета ниже норматива при положительной динамике его изменения, следует использовать регулирующие меры исключения факторов нарушения режима безопасности;

– в оставшихся районах необходимо разработать кардинальные меры по предотвращению развития риска банкротства и обеспечению стабилизации хозяйственной деятельности.

### Список использованных источников

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 519 с.

2. Управление безопасностью предприятий в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bezopasnik.org/article/60.htm> (Дата обращения: 03.03.2017).

3. Экономическая безопасность организации (предприятия) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scibook.net/jiznedeyatelnosti-bjd-bezopasnost/ekonomicheskaya-bezopasnost-organizatsii-17992.html> (Дата обращения: 03.03.2017).

УДК 336

**Гиманова Наталия Николаевна**  
**ассистент кафедры экономической теории**  
**и прикладной статистики**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ МОДЕРНИЗАЦИИ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБОРОТА**

**Аннотация.** Проанализированы показатели инновационной активности предприятий торговли. Сгруппированы факторы инновационной модернизации сферы товарного оборота. Определены направления социальных инноваций в сфере товарного обращения.

**Ключевые слова:** инновация, модернизация, сфера товарного обращения.

**Annotation.** The article analyses indicators of innovative activity of trade enterprises. Grouped factors of innovative modernization of the sphere of commodity circulation. The directions of social innovations in the sphere of commodity circulation.

**Keywords:** innovation, modernization, the sphere of commodity circulation.

Инновации во многих базовых экономических теориях признаются фактором производства и играют важную роль в процессах модернизации и сферы товарного обращения.

Развитие инноваций в сфере товарного обращения требует разработки и реализации программ долгосрочной финансово-кредитной поддержки, прежде всего с государственным финансированием на основе развития отраслевой и территориальной инновационной инфраструктуры (техно-парков, бизнес-инкубаторов, инжиниринговых бирж, государственных и независимых коммерческих финансовых фондов, союзов, инновационных банков).

А. Юркевич, П. Завлин, Д. Кокурин, А. Рудченко и др. исследовали проблемы и перспективы применения финансовых и налоговых рычагов стимулирования отраслевой инновационной активности. В работе А. Юркевича обосновываются особенности использования (для стимулирования инновационной активности) таких финансовых рычагов и инструментов, как системы налогообложения и ценообразования, использование норм и льгот, создание поощрительных фондов, предоставления финансовых премий, дотаций, субсидий, наложение штрафов, установление тарифов и тому подобное. Использование налогов в качестве фактора косвенного стимулирования инноваций обосновывается в работе [4]. Однако до сих пор данная тематика остается недостаточно исследованной и объективно требует внимания.

Целью данного исследования является определение инновационных факторов модернизации сферы товарного оборота.

По мнению П. Микитюка эффективность государственной политики в сфере развития инновационных процессов, определяет конкурентоспособность национального хозяйства и его секторов, ведь 90% прироста производства обеспечивается за счет внедрения новых технологий [3]. Как показывает В. Зянько, объективная необходимость развития инновационной коммерческой хозяйственной деятельности обуславливается такими важными факторами, как: актуализация интенсивных факторов развития экономики; возрастание роли науки в обеспечении эффективности разработки и внедрения новой техники и технологий; наличие процессов физического и морального старения основных средств и технологий; сравнительное ухудшение экономических показателей деятельности предприятий торговли за счет использования конкурентами более эффективных техники и технологий; наличие потребности в поддержке отечественных предприятий всех сфер процесса общественного воспроизводства. Эти факторы обуславливают потребность в создании условий их активизации: укрепление научно-технического потенциала, формирования высококвалифицированных производительных сил, создания



законодательной базы, привлечение инвестиций в инновации, формирование развитой рыночной инфраструктуры [3]. Несмотря на то, что инновации являются обязательной предпосылкой развития, при различных системах управления и в разные периоды социально-экономического развития менялись подходы к источникам финансирования. В плановых экономиках преобладает государственное финансирование, в классических рыночных – частное капиталовложение. По мере увеличения роли и участия государства в общественно-политическом и экономическом развитии доля государственных расходов в структуре общих инвестиций на развитие инноваций должно увеличиваться, в противном случае это приводит к снижению конкурентоспособности отечественных товаров (услуг) и их вытеснение с внутреннего потребительского рынка импортом, потери позиций национальной экономики в системе международного разделения труда.

Модернизация сферы товарного обращения требует учёта полноценного перечня факторов важных направлений инновационной активности. Здесь идет речь об условиях, необходимых для стимулирования таких видов инноваций, как улучшающие, рыночные, организационные, технико-технологические, социальные, стратегические и др.

Поэтому активизация их внедрения зависит от доступности для экономических агентов информационно-консультационных услуг, повышение квалификации персонала, обеспеченности управленческим персоналом, владеющим арсеналом современных методов экономического анализа, планирования деятельности организации, а также диагностики и контроля реализации бизнес-проектов.

По мнению В. Осецкого, конкуренция может эффективно использоваться как координирующий инструмент воспроизведения инновационного потенциала отрасли, согласовывая при этом интересы субъектов – участников процессов создания и развития инноваций, генерируя стимулы инновационной активности, способствуя внедрению результатов научно-технической деятельности в производство [2].

Таким образом, конкуренция является важным фактором инновационной модернизации сферы товарного обращения, вынуждая экономических агентов к постоянному поиску более прогрессивных способов организации и осуществления торгово-технологического процесса, модернизации и развития новых рыночных ниш, способов продвижения, продажи товаров.

Совершенствование товарного предложения сферы товарооборота как следствия активизации инноваций во многом зависит от правовой защиты объектов интеллектуальной собственности, ведь её недостаточность разрушает стимулы к созданию, а в дальнейшем и

коммерциализации нематериальных активов как результата интеллектуальной творческой деятельности.

Так, по мнению В. Будкина, именно защита частной собственности является главным стимулирующим фактором инновации, основой становления мотивации субъектов предпринимательства к инновациям [3].

В значительной степени прослеживается зависимость факторов рыночных инноваций и организационных, положительным следствием которых является активизация новых способов управления развитием сферы товарного обращения и предприятий торговли. Факторами их стимулирования, прежде всего, выступают уровень развития и интегрированность инновационного рынка в систему модернизации сферы товарного обращения; уровень поддержки программ профессионального обеспечения инновационной деятельности предприятий торговли; вовлеченность и состояние мотивации персонала к совершенствованию торгово-технологического процесса и качества торговой услуги.

Роль социальных инноваций является не менее важной. Так как удовлетворение потребностей населения в качественных товарах и услугах, обеспечение занятости, оплаты труда является важным аспектом развития экономики. Для предприятия социальные инновации позволяют улучшить имидж в обществе. Улучшение отношения к роли человеческого капитала способствует улучшению условий труда, профессиональной готовности торгового персонала к качественному обслуживанию покупателей.

Повышение социальной эффективности модернизационных процессов непосредственно в сфере товарного обращения предполагает направленность социальных инноваций на: 1) совершенствование систем защиты прав работников и обеспечение соблюдения законодательства о труде; 2) усиление социальной ответственности перед обществом (увеличение занятости, развитие систем управления безопасностью и качеством товаров); 3) улучшение системы защиты прав потребителя, качественных характеристик и безопасности товаров и услуг, усиление ответственности за ценообразование; 4) увеличение роли торговых предприятий в защите окружающей среды; 5) соблюдение институциональных норм социальной ответственности перед конкурентами.

Появление новых рыночных ниш, методов и способов продажи товаров зависит от состояния развития инновационного предпринимательства в сфере товарного обращения, а также создание условий справедливой рыночной конкуренции и равного доступа к ресурсам и рынкам. Важно отметить, что чрезмерная монополизация товарных рынков, экономических ресурсов, прав деятельности, обусловленные

значительной степенью «сращиванием» интересов бизнеса и власти, разрушают стимулы к инвестированию в создание прогрессивных современных торгово-офисных и торгово-сервисных центров, объектов торговли.

Стимулирование представителей торгового предпринимательства к совершенствованию товаров и услуг требует осуществление исследований спроса на инновационные товары (услуги), в т. ч. путем усиления сотрудничества предприятий сферы товарооборота и маркетинговых фирм.

### **Список использованных источников**

1. Завлин П.Н. Обеспечение стимулирования инновационной деятельности / П.Н. Завлин // Проблемы науки, 2009. – №10. – С. 15.

2. Микитюк П.П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: монографія / П.П. Микитюк. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 296 с.

3. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения / под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2012. – 400 с.

4. Юркевич О.М. Фінансовий механізм сприяння розвитку інноваційної діяльності / О.М. Юркевич // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. – Вип. 9 (28). – К., 2013. – С. 19–22.

УДК 338

**Гончаров Валентин Николаевич**  
д.э.н., профессор

**Гальченко Кристина Александровна**  
аспирант

**Яковенко Денис Константинович**  
аспирант

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный  
аграрный университет»**

### **УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ**

**Аннотация.** Рассмотрены особенности управления рисками предприятий агропромышленного комплекса на основе экологизации.

**Ключевые слова:** управление рисками, агропромышленный комплекс, экологизация.

**Annotation.** Examined risk management of agricultural enterprises on the basis of ecologization.

**Keywords:** risk management, agriculture, and greening.

Деятельность предприятий АПК в значительной степени связана с рисками. Эти риски могут носить экономический, финансовый, экологический, социальный характер. На первоначальном этапе для устойчивого управления рисками на предприятиях АПК необходима их систематизация. После определения характера риска целесообразным является поиск путей их минимизации. Так, для эффективного управления экологическими рисками целесообразным является формирование эффективной системы управления рисками на основе экологизации.

Экологическими рисками предприятий АПК могут быть:

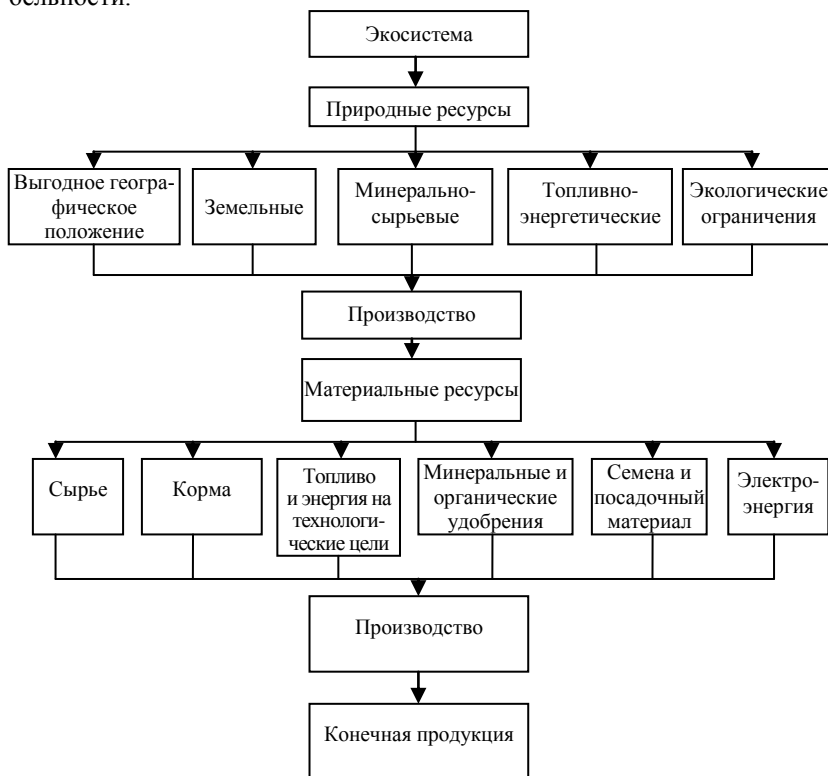
- повышенное загрязнение окружающей среды;
- снижение плодородия почв;
- повышение концентрации вредных веществ в выбросах и отходах;
- загрязнение водных ресурсов;
- повышение уровня ответственности (финансовые санкции).

Производственные факторы экономического и экологического характера тесно взаимосвязаны между собой, так как основой материального производства предприятий АПК выступают природные ресурсы. Взаимосвязь между природными ресурсами и производством представлена на рисунке 1.

Как видно из рисунка, природные ресурсы в процессе производства превращаются в материальные, которые используются для производства конечной продукции и удовлетворения потребностей населения. Однако, процесс производства зачастую оказывает негативное влияние на окружающую среду. Это проявляется в виде загрязнения атмосферы и грунта, образования отходов. Это сказывается не только на экологических показателях, но и на экономических, связанных с убытками от снижения плодородия почв, нерационального использования ресурсов и наличием значительного количества отходов, не принимающих участие в процессе производства.

Экологизация предприятий АПК позволит в значительной мере снизить экологические риски, и таким образом повысить экономическую эффективность предприятий АПК, а также будет способствовать улучшению стоимостных показателей. Это связано, во-первых с тем, что повысится качество и экологичность выпускаемой продукции; во-вторых, экологизация производства позволит снизить потребление природных ресурсов при производстве продукции на основе внедрения ресурсосберегающих технологий; в-третьих, снизится экодеструктивное влияние вредных веществ в процессе удобрения путём увеличения внедрения минеральных и органических удобрений на основе

рекомендаций по их применению; в-четвёртых, снизится загрязнение экосистемы отходами производства за счёт внедрения технологий без-отходного производства. Всё это положительным образом скажется не только на экосистеме, но и позволит достичь значительно улучшения социально-экономических показателей, включающих снижение убытков, экономию используемых ресурсов, а также снижение заболеваемости населения, повышение продолжительности жизни и улучшение жизнедеятельности человека в целом, что в конечном итоге скажется на увеличении производительности труда рабочих и улучшении итоговых показателей предприятия, включая снижение себестоимости единицы продукции, показатели прибыльности и рентабельности.



*Рисунок 1 – Взаимосвязь природных и материальных ресурсов в процессе производства АПК*

Таким образом, эффективное управление рисками на предприятиях АПК на основе экологизации позволит повысить эффективность их функционирования.

### Список использованных источников

1. Глобинец Г.И. Система управления рисками агропромышленного предприятия / Г.И. Глобинец // Культура народов Причерноморья. – 2006. – №82. – С. 22–29.

2. Изюмска О.М. Формування системи управління виробничими витратами підприємств АПК: монографія / О.М. Изюмска. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 192 с. – С. 137–147.

УДК [338.4] – 336.3

**Дерюгина Елена Юрьевна**  
**магистр, преподаватель**  
**ФБГОУ Каменск – Шахтинское**  
**профессиональное училище**

### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Аннотация.* В исследовании рассматривается угольная промышленность как одна из отраслей, образующих топливно – энергетический комплекс страны. Развитие угольной отрасли показано в противоречивой динамике как циклический процесс с неглубокой амплитудой.

Цель данного исследования состоит в определении факторов развития угольной отрасли в условиях неопределённости.

*Ключевые слова:* угольная промышленность, капитальные инвестиции, энергобезопасность, инновации, кредит.

*Annotation.* The study considers the coal industry as one of the industries forming the fuel and energy complex of the country. The development of the coal industry is shown in contradictory dynamics as a cyclical process with a shallow amplitude.

The purpose of this study is to determine the development factors of the coal industry in conditions of uncertainty.

*Keywords:* coal industry, capital investments, energy security, innovations, credit.

Угольная промышленность создаёт весомый вклад в различные отрасли экономики государства. В начале XX века свыше 2/3 мирового

энергопотребления обеспечивалось за счет угольной промышленности, в это время доля угля в топливном балансе России составляла 30%. В середине XX века по начало XXI века главную роль в российском топливно-энергетическом балансе играют газ (43%), нефть (33%), уголь (17%). Доля угля в структуре мирового потребления топливно-энергетических ресурсов составляет 29%. Уголь по потреблению в энергетике занимает второе место после нефти, на долю которой приходится 33%. В перспективе доля угля в мировом топливно-энергетическом балансе будет несколько сокращаться, но при этом оставаться на высоком уровне – почти 25%.

Причинами постепенного сокращения потребления угольной промышленности в России можно назвать следующие [2]:

- длительная окупаемость капитальных инвестиций в отрасль;
- ухудшение условий добычи;
- снижение технического уровня производственного потенциала, вследствие приостановки строительства новых и резкого сокращения объёмов реконструкции действующих угольных предприятий;
- открытие новых газовых месторождений в Сибири;
- удалённость мест добычи от основных потребителей;
- экологические проблемы;
- «сланцевая революция»;
- отрицательное влияние на здоровье человека.

Одними из главных причин снижения использования угля является высокая капиталоемкость отрасли, длительный лаг окупаемости, и более дешёвая добыча голубого топлива. В то же время, как отмечают специалисты угольной промышленности, «газовая пауза» близка к своему исчерпанию. По оценкам «Газпрома», продлится она еще не более 6–7 лет. Все дело в истощении наиболее рентабельных месторождений голубого топлива в России [3].

В связи с этим уже сегодня разрабатываются и начинают претворяться в жизнь программы, направленные на развитие угольной промышленности и внедрение технологий, основанных на использовании угля, по всей производственной цепи народного хозяйства.

Объективная оценка ситуации в топливно-энергетическом комплексе России свидетельствует о необходимости значительного повышения роли угля, как топливного ресурса, призванного обеспечить ожидаемый прирост выработки электроэнергии и тепла, и как гарантированного сырьевого ресурса, необходимого для производства продукции металлургической промышленности и обеспечения энергобезопасности.

Интенсивное развитие угольной промышленности может быть обеспечено путем дальнейшего совершенствования технологий добычи и снижения издержек производства.

Приоритетными направлениями реструктуризации отрасли являются [1]:

- масштабная модернизация производства;
- вовлечение в обработку наиболее перспективных запасов;
- разработка антикризисных мер;
- внедрение современной техники и обогащения угля;
- повышение уровня безопасности труда и компетентности работников;
- развитие инфраструктуры железнодорожного транспорта по основным направлениям транспортировки угля;
- увеличение доли угля в генерации электроэнергии;
- увеличивать экспорт энергетических и коксующихся марок углей;
- увеличивать прямые инвестиции со стороны государства и частных инвесторов в крупные сырьевые проекты.

Очевидно, что только инновационный путь развития отрасли способен наиболее полно решить данные задачи. Необходимым инновационным фактором являются инвестиции. Источники инвестиций требуется диверсифицировать. Особенно диверсификация актуальна в условиях неопределённости развития.

Короткие сроки кредитования и высокий уровень процентных ставок по банковским кредитам, препятствуют привлечению финансовых ресурсов на цели модернизации предприятий угольной отрасли.

Угольные предприятия нуждаются в государственной поддержке. Формы такой поддержки могут быть различными, например: нулевая ставка налога на добычу полезных ископаемых для угольных предприятий, инвестиционная льгота по налогу на прибыль, увеличение объёмов компенсации из бюджета процентной ставки по кредитам на покупку техники, предоставление субсидий, то есть, безвозмездных выплат, кредиты на максимально выгодных для угольных шахт условиях, при этом правительство обязательства по хеджированию рисков берет на себя.

### **Список использованных источников**

1. Куклина М.В. Основные причины привлечения инвестиций на предприятиях угольной отрасли / М.В. Куклина. – №4. – 2007. – С. 75–77.



2. Рогова О.В. Состояние и перспективы развития угледобывающей отрасли России / О.В. Рогова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – №12 (140). – 2013. – С. 99–103.

3. Угольная промышленность: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / Бизнес идеи. – Режим доступа: <https://businessman.ru/new-ugolnaya-promyshlennost-problemy-i-perspektivy.html> (Дата обращения: 12.03.2017).

УДК 631.11:330.524

**Дуктов Александр Петрович**  
к.с.-х. н. старший преподаватель,  
**УО «Белорусская государственная орденов**  
**Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени**  
**сельскохозяйственная академия»**  
**Ткачук Петр Юрьевич**  
к.э.н., доцент  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

***Аннотация.*** В статье рассмотрены сущность экономических категорий потенциал и трудовой потенциал. Определены общие характеристики организации трудового потенциала Республики Беларусь. Выделены направления государственной политики формирования трудового потенциала республики.

***Ключевые слова:*** трудовой потенциал предприятия, формирование потенциала предприятий, направления государственной политики формирования трудового потенциала Республики Беларусь.

***Annotation.*** The article considers the essence of economic categories of capacity and employment potential. Defines General characteristics of the labor potential of the Republic of Belarus. Selected directions of the state policy formation of the labor potential of the Republic.

***Keywords:*** labor potential of the enterprise, capacity building enterprises, government policies of forming labor potential of the Republic of Belarus.

Функционирование и развитие предприятий занимает особо важное место в системе народного хозяйства, так как обеспечивает наиболее социально значимую продовольственную безопасность

населения. В силу экономических особенностей функционирования сферы производства, кризисные явления в экономике наиболее остро сказываются на состоянии и деятельности предприятий, что заставляет уделять их развитию первоочередное внимание в преодолении кризиса.

Целью статьи является обобщение и углубление теоретических подходов формирования трудового потенциала развития Республики Беларусь и его оценки для разработки государственной политики регулирования.

Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы: диалектический – при изучении научной и специальной литературы; метод от простого к сложному, от абстрактного к конкретному – при уточнении понятия определения и формирования потенциала предприятий, совокупность методов экономического анализа для разработки системы оценки трудового потенциала различных сфер экономики Республики Беларусь.

Одним из критериев, характеризующих функционирование всех сфер экономики в целом, выступает определение трудового потенциала и его детальная оценка. Потенциал – сложная социально-экономическая категория, которая рассматривается большим количеством авторов, однако единой точки зрения по определению потенциала среди авторов на современном этапе не существует.

В научных публикациях встречается большое количество различных подходов к определению «экономического потенциала», однако исчерпывающего понятия не дается. Рассмотрим некоторые из них. Так, проф. Н.И. Иванова трактует потенциал как совокупность имеющихся факторов производства, интеллектуальной собственности, производственных резервов и возможностей, способных обеспечить выпуск высококачественных товаров, необходимых для удовлетворения всесторонних потребностей различных категорий населения страны» [6].

В современной экономической литературе принято определять трудовой потенциал как совокупную общественную способность к труду, потенциальную дееспособность общества, его ресурсы труда. Но понятие «трудовой потенциал» значительно шире понятия «трудовые ресурсы». Если в состав последнего входят только люди работоспособные по определенным формальным признакам, то понятие «трудовой потенциал» охватывает и тех, кто еще только готовится к эффективной трудовой деятельности (дети), и тех, кто уже вышел из сферы занятости (пенсионеры).

Однако, важнейшим показателем эффективности любой экономической системы является уровень воспроизводства трудовых ресурсов, который формирует базис и потенциал социально-экономического развития общества в целом.

Показатели воспроизводства рабочей силы:

- образовательный уровень населения и рабочих;
- профессионально-квалификационный уровень работников;
- количество лиц с высшим образованием на 1000 человек;
- продолжительность жизни населения.

Система воспроизводства трудовых ресурсов зависит от большого количества внешних факторов и всех элементов общественного воспроизводства. И нельзя сказать, что воздействуя непосредственно на сферу трудовых отношений мы получим положительный результат. При разрешении указанных выше противоречий и развитии сферы материального производства, механизмы осуществления воспроизводства трудовых ресурсов будут самостоятельно формироваться под действием движущих сил роста. В противном случае, даже самые разумные меры воздействия будут нивелироваться.

Демографический потенциал является основой развития экономики и представляет совокупную численность населения, продолжительность жизни, рождаемости и смерти, половозрастной структуры, распределение на город и село.

На начало 2016 года численность населения РБ составляла 9464 тыс. чел., в том числе мужчин – 4398 тыс. чел. или 46,5%, женщин – 5066 тыс. чел. или 53,5%. Численность населения уменьшилась с начала 2013 г. на 4,0 тыс. и составила на 1 июля 2013 г. 9459,8 тыс. чел. Денежные доходы в расчете на душу населения в 2015 году составляли 4831,4 тыс. руб. в месяц. Это на 94,2% больше, чем в 2014 году. Трудовые ресурсы в 2015 г. – 6030 тыс. чел. Численность экономически активного населения в 2015 году составляла 4605,6 тыс. чел., в том числе мужчин – 48,6%, женщин – 51,4%.

Потребительские расходы домашних хозяйств в 2015 г. составили 6715 тыс. руб. в месяц, в том числе расходы на покупку продуктов питания – 40,8%, расходы на одежду, обувь, ткани – 11,6%, мебель, предметы бытового назначения – 7,8%, культуру, отдых и спорт – 5,7%, жилищно-коммунальные услуги – 4,1%, услуги связи – 3,8%, здравоохранение – 3,4%, личные услуги, предметы личного пользования – 2,7%, алкогольные напитки – 2,6%, услуги общественного транспорта – 1,8%, услуги образования – 1,3%, табачные изделия – 1,2%, прочие товары и услуги – 11%, питание вне дома – 2,2%. что создает минимальные условия для воспроизводства рабочей силы в Республике. Анализируя данные по номинальной заработной плате наемных рабочих необходимо отметить, что в целом данный показатель по всем отраслям хозяйства увеличился в 5,5 раз, наибольшие темпы роста по увеличению номинальной заработной платы наблюдались в сельском хозяйстве в 6 раз, а наименьшие в сфере финансовой деятельности в 5 раз.

Что свидетельствует об определенной оптимизации эквивалентности в системе оплаты наемной рабочей силы.

**Таблица 1 – Трудовые ресурсы в Республике Беларусь**

Годы	Трудовые ресурсы, тыс. человек	В том числе			Удельный вес трудовых ресурсов в численности населения, в процентах
		трудоспособное население в трудоспособном возрасте	лица старше трудоспособного возраста, занятые в экономике	лица младше трудоспособного возраста, занятые в экономике	
1990	5 938,8	5 566,6	359,7	12,5	58,3
2012	6 030,0	5 637,4	392,5	0,1	63,7
2013	5 989,1	5 587,1	401,9	0,1	63,3
2014	5 962,9	5 539,6	423,2	0,1	62,9
2015	5 874,8	5 444,8	429,9	0,1	61,9

Распределение численности работников по категориям персонала в 2015 г.: 57,9% - рабочие, 42,1% – служащие, из них руководители – 10,2%, специалисты – 28,4%, другие служащие – 3,7%.

Промежуточный рост доходов населения позволит обеспечить качественное питание, получать более качественное медицинское обслуживание, вкладывать больше ресурсов в здоровый образ жизни. Это даст возможность улучшить здоровье населения в целом, сократить смертность, увеличить ожидаемую среднюю продолжительность жизни (до 75 лет в 2025 г.).

Наличие высокого трудового потенциала еще не гарантирует успешное функционирование национальной экономики. Важно, насколько целесообразно и эффективно он используется. А это, прежде всего, зависит от стимулирования и условий труда, создания благоприятного климата для труда. При усилении стимулирования и улучшении общих условий труда, в том числе и с точки зрения наличия доступного жилья, детских учреждений, транспортного обслуживания, число экономически активного населения может быть увеличено за счет экономически неактивной его части, в принципе желающей работать.

**Таблица 2 – Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников Республики Беларусь по видам экономической деятельности, тыс. руб.**

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Всего	1 217,3	1 899,8	3 676,1	5 061,4	6 052,4	6 715,0
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	840,1	1 331,2	2 767,7	3 861,1	4 605,5	4 949,7
Промышленность	1 315,0	2 093,4	4 056,5	5 483,2	6 372,5	6 883,7
Строительство	1 497,5	2 093,4	4 209,7	6 392,8	7 601,9	7 532,9
Финансовая деятельность	2 140,3	3 324,2	6 105,2	8 322,8	10 259,3	11 459,1
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	962,0	1 573,8	3 008,7	3 765,2	4 596,5	5 443,9
Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	1 041,5	1 664,0	3 084,7	4 114,5	4 907,4	5 561,5

Усиливается спрос на рабочую силу. Количество вакансий на конец июня 2015 г. по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. увеличилось на 15,0% и достигло 76,6 тыс. рынок труда по-прежнему ориентирован на рабочие профессии, которые составляют 80,7% от общего количества вакансий.

Сохраняется профессионально-квалифицированный и территориальный дисбаланс спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Самыми востребованными на нем являются врачи медсестры, а также специалисты строительного профиля.

Вместе с тем заметно улучшилась структура вакансий с заработной платой от 4,0 до 6,0 млн руб. достиг 14,2% против 4,8% в аналогичном периоде 2012 г.; от 3,0 до 4,0 млн руб. – 22,0% против 12,9%; от 2,0 до 3,0 млн руб. – 32,1 против 32,3%; до 2 млн руб. – 29,2 против 50,0%. При этом в республике насчитывалось 2,5% вакансий с заработной платой свыше 6,0 млн руб., тогда как в 2012 г. таких вакансий не было.

В условиях демографического кризиса, сокращения численности населения задействовать в экономике указанный резерв становится практической необходимостью. Но и он в перспективе, с ростом экономики, окажется недостаточным. Поэтому нужна продуманная миграционная политика.

Проведя анализ формирования трудового потенциала Республики Беларусь, считаем целесообразным в государственной политике управления и организации трудового потенциала ориентироваться на некоторые элементы которые использовались в Советском Союзе, однако применительно к современному у положению

республики. Трудовые традиции и система подготовки кадров объединяла страну в единый трудовой лагерь. Согласно Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. эффективность занятости, отвечающая потребностям экономики, должна достигаться за счёт повышения эффективности использования, конкурентоспособности и профессиональной мобильности рабочей силы. Главные усилия должны быть направлены на рационализацию структуры занятости на основе приоритетного создания рабочих мест в экспортоориентированных производствах и сфере услуг, повышение качества системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров с учётом перспективных потребностей экономики. Предстоит создать действенные механизмы содействия samozанятости населения с целью уменьшения дисбаланса спроса и предложения рабочих мест на рынке труда и упреждения высокого уровня безработицы [4].

Государственная политика должна быть ориентирована на общественную трудовую консолидацию трудящихся на основе социального обеспечения и осознания значимости трудового вклада в развитие республики. Поэтапно проводить политику мер:

В материальном производстве установить четкую сдельно премиальную тарифную сетку начисления заработной платы как основы материальной мотивации и стимулировать производителя к этому введением временных налоговых льгот;

Стимулировать повышение профессиональной квалификации работников на предприятиях без отрыва от производства, а так же повышать квалификацию работников обучая их на заочном отделении ВУЗов;

Разработать и внедрить государственную программу обеспечения первого рабочего места на предприятиях материального производства для молодых специалистов не имеющих опыта работы;

Формировать государственный заказ на профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации кадров на принципах долгосрочного прогнозирования и целевой подготовки, в том числе и размещение на конкурентной основе заказов по заявкам коммерческих организаций независимо от отраслевой принадлежности и форм собственности;

Выработать реальную модель интеграции образовательных учреждений (начальной, средней и высшей ступени) с предприятиями и организациями (образовательные комплексы, центры подготовки и т.д.); повышение морального (нравственного) уровня социально-экономических, социально-трудовых отношений; разработка в этих целях национальной программы развития общества.

Освещать в средствах массовой информации опыт передового производства и выделять лучших тружеников отрасли по итогам отраслевых конкурсов профессионального мастерства;

Формировать и стимулировать трудовое воспитание молодежи, поддерживать работу строй отрядов, молодежного трудового движения;

Содействовать созданию единой информационной системы рынка труда;

Создание условий на законодательном и административном уровне для развития мелкого и среднего бизнеса на местах.

Считаем, что указанные направления государственной политики создадут условия для формирования сбалансированного процесса воспроизводства трудовых ресурсов и создадут основу для роста экономики Беларуси.

### **Список использованных источников**

1. Беларусь в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by> (Дата обращения: 03.02.2017).

2. Лемешевский И.М. Национальная экономика Беларуси: основные стратегии развития / И.М. Лемешевский. – Минск: «ФУАинформ», 2012. – 560 с.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет, 2016. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by> (Дата обращения: 03.02.2017).

4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. – 2004. – Минск.

5. Труд и занятость в Республике Беларусь. Статистический сборник 2016 / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; ред. В.И. Зиновский [и др.]. – Минск: Белстат, 2016. – 321 с.

6. Трудовой потенциал промышленности / под ред. Н.И. Иванова. – К., 2000. – 236 с.

**Заика Ирина Петровна**  
**к.э.н., доцент**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПЛАНТАЦИИ РЕФОРМ АГРАРНОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

***Аннотация.*** В статье отражены основные проблемы трансплантации аграрного сектора экономики новых государственных формирований в условиях непризнанности мировым сообществом. Рассмотрен опыт стран в реализации экономических реформ в агропромышленном производстве и возможности их заимствования на примере формирования агропромышленных парков. Отмечена роль создания соответствующих институтов адекватных национальным условиям.

***Ключевые слова:*** аграрный сектор, трансплантация, институты, новые государственные формирования, непризнанность государства.

***Annotation.*** The article reflects the basic problems of transplantation of the agricultural sector of new state formations in terms of recognition by the international community. The experience of countries in implementing economic reforms in agricultural production and the possibility of their borrowing on the example of the development of agro-industrial parks. The role of the development of appropriate institutions adequate to national conditions.

***Keywords:*** the agricultural sector, transplantation, institutions, new government formation, not recognized by any state.

Развитие сельского хозяйства в решающей мере определяет состояние всего потенциала народного хозяйства страны, уровень её продовольственной безопасности и социально-экономическую обстановку в обществе. Важность данного сектора экономики для страны и вызывает необходимость его реформирования в развивающихся странах. Большинство законодательных инициатив стран постсоветского пространства было посвящено аграрной реформе. При этом законодательные акты отражают многолетний опыт развитых стран и перекладывают его на национальную почву. Таким образом, путь реформирования экономики развивающихся стран связан с трансплантацией или заимствованием опыта развитых стран и созданием адекватных национальным условиям институтов. Следует отметить, что особый смысл трансплантация получает в условиях построения новых государственных формирований непризнанных мировым сообществом.



В основе большинства реформ, проводимых странами догоняющего развития, в том числе и новых государственных формирований, лежит идея трансплантации институтов из более передовой институциональной среды. Но зачастую этот опыт, за редкими исключениями, не приводит к успеху. Этим определяется важность исследования различных стратегий трансплантации и их последствий. Таким образом, успех стратегии заимствования опыта развитых стран зависит от обоснованности процесса построения траектории, соединяющей в подходящем институциональном пространстве выбираемый исходный образец (трансплантат) с эффективным финальным институтом [1].

Фактор непризнанности новых государственных формирований стал неотъемлемой частью современного мироустройства. Широкое распространение он получил на территории постсоветского пространства.

Непризнанность государства международным сообществом негативным образом сказывается на его правовом статусе и операционных возможностях. Подобное государство не способно к активной экономической деятельности, не может заключать торговые контракты и осуществлять многосторонние инвестиционные и инфраструктурные проекты. Непризнанное государство рассчитывает только на гуманитарную помощь международного сообщества, социальные и культурные проекты, сотрудничество с различными странами и регионами находится в зачаточном состоянии.

В этих условиях функционирование и развитие аграрно-промышленного комплекса Луганской Народной Республики (ЛНР) сталкивается с множеством проблем, для решения которых властные структуры республики задекларировали основные направления развития аграрного сектора.

Закон ЛНР: «О развитии сельского хозяйства» от 8 июля 2016 г. [2] устанавливает правовые основы реализации государственной социально-экономической политики в сфере развития сельского хозяйства как экономической деятельности по производству сельхозпродукции, оказанию услуг в целях обеспечения населения продовольственными товарами, промышленности сельскохозяйственным сырьем и содействия устойчивому развитию территорий сельских поселений и соответствующих территорий.

В данном законодательном акте заключены положения, отражающие зарубежный и отечественный опыт агропромышленного производства.

Так, мировой опыт развития кооперативного движения в агропромышленном производстве воплотился в создании и развитии «агропромышленных парков».

Данная модель кластеризации производств по типу агро-промтехнопарков получает все более широкое распространение во всем мире (США, Польша). Подобный проект создания федеральной сети агропромышленных и агротехнологических парков запущен в Российской Федерации [3].

Современные региональные инфраструктурные объекты, в большинстве стран, включают перерабатывающие мощности, логистические центры, оптово-розничные рынки, склады, транспортную службу. На территории агропарков могут размещаться учебные структуры (подготовка и переподготовка специалистов широкого профиля), машинно-тракторные станции (ремонт и сервисное обслуживание сельскохозяйственной техники), бизнес-центры, информационно-консультационные пункты и прочие инфраструктурные объекты.

Например, для работы на 1000 га зерновых при современной технике и технологии достаточно двух, но высококвалифицированных работников; при беспривязном содержании коров один квалифицированный работник может обслуживать не менее 60 коров; один высококвалифицированный консультант вполне может заменить по своей результативности труд соответствующих специалистов 10–12 средних хозяйств [4].

Технологическое и техническое перевооружение сразу дает отдачу. Достаточно сказать, что использование новой техники позволяет хозяйствам в разы повысить производительность труда и столь же существенно сократить парк тракторов и сельскохозяйственных машин, а расходы топлива снизить в целом по отрасли на 20% [5].

Следует также использовать опыт применения информационных технологий при планировании операционно-финансовой деятельности сельхозпредприятий. Этой проблемой на протяжении последних лет занимается группа учёных нашего университета. В этом направлении достигнуты определенные успехи: например, построена финансовая модель предприятий растениеводческого направления и апробирована на конкретном фермерском хозяйстве [6].

Для функционирования данных инфраструктурных объектов необходимы соответствующие институты. В 2011 году в России была создана Ассоциация предприятий по развитию агропромышленных и агротехнологических парков, кроме того создаются аграрные лизинговые компании, филиальная сеть «Россельхозбанка», на законодательном уровне разработана система поддержки сельхозпроизводителя [3].

Процесс трансплантации не только должен быть обеспечен соответствующими институтами, которые создадут возможность его реализации, но и возникает необходимость постоянного мониторинга для современных корректировок осуществляемых преобразований путем создания цепочки промежуточных институтов.

Следовательно, проблемой трансплантации региональных «агропромышленных парков» в АПК ЛНР является формирование необходимых институтов правового, организационного, финансового характера.

Подобные проблемы существуют при реализации и других положений концепции развития сельского хозяйства в ЛНР на ближайшую перспективу.

Опыт реформирования показывает, что многие преобразования не достигают желаемого результата по причине неподготовленности необходимых институтов, недостаточного контроля за процессами преобразований.

Таким образом, для успешной реализации экономических реформ необходимо понимание того, что каждый раз, когда мы заимствуем какой-либо институт, возникает вопрос, какая цепочка ведет к эффективному его внедрению в новой институциональной обстановке. Данный вывод можно рассматривать как рекомендацию для совершенствования экономической политики ЛНР в условиях непризнанности.

### **Список использованных источников**

1. Полтерович В.М. Элементы теории реформ: монография / В.М. Полтерович. – М.: Экономика, 2007. – 447 с.

2. Закон Луганской Народной Республики «О развитии сельского хозяйства» от 8 июля 2016 г. №106-П. [Электронный ресурс]. – Официальный сайт Народного Совета Луганской Народной Республики. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3152>

3. Концепция создания и развития федеральной сети агропромышленных и агротехнологических парков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mcx-consult.ru/d/77622/d/koncepciya-sozdaniya-i-razvitiya-federalnoy-setiagropromyshlennyh-i-agrotehnologicheskikh-parkov.pdf>

4. Кожевникова Т.М. Институциональная составляющая модернизации аграрной сферы / Т.М. Кожевникова, В.Д. Мамонтов // Международный экономический журнал. Социально-экономические явления и процессы. – Тамбов. – 2012. – №1 (035) – С. 99–102.

5. Владимир Путин: проектный подход – принципиально новый инструмент государственной поддержки [Электронный ресурс] 22 июня 2006 г. – Режим доступа: <http://viperson.ru/articles/vladimir-putin-proektnyy-podhod-printsipialno-novyy-instrument-gosudarstvennoy-podderzhki>

6. Заика И.П. Исследование возможностей применения метода финансового моделирования информационных технологий в бизнес-планировании (подраздел 1.4.) / И.П. Заика, С.А. Цыганкова // Информационно-экономические процессы: ретроспектива, современность, тенденции: коллективная монография / под общ. ред. проф. И.В. Пеньковой. – Симферополь: ЧП «Предприятие Феникс», 2014. – С. 45–65.

УДК 657.330.47

**Керестеши Анастасия Михайловна**  
**магистрант**  
**ГОУ ЛНР «Луганский национальный**  
**аграрный университет»**

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТРАНСАКЦИОННЫХ ЗАТРАТ**

**Аннотация.** В работе исследуются методологические основы трансакционных затрат, их сущность и основные признаки. Раскрывается общность и отличия трансакционных от трансформационных затрат. Анализируется классификация трансакционных затрат и рассматриваются предложения по улучшению их учёта.

**Ключевые слова:** трансакционные, трансформационные затраты, институциональные.

**Annotation.** This paper investigates the methodological basis of transactional expenses, their essence and basic features. Also this paper reveals the commonality and differences of transformational from transactional expenses. We analyzed the classification of transaction costs and made proposals for improving it accounting.

**Keywords:** costs, institutional, transactional, transformational.

**Актуальность и постановка проблемы.** Объектом исследования являются фактически израсходованные затраты, которые фиксируются в первичных документах, отражаются в бухгалтерском учёте и раскрываются в финансовой отчетности, но при этом не классифицируются как трансакционные затраты. Поэтому актуальными остаются вопросы, начатые исследоваться профессором

Г.Г. Кирейцевым [4], относительно определения сущности и признаков трансакционных затрат, как основы методологии их учёта, контроля и анализа.

Этот вид затрат практически не изучен, что и послужило выбору исследования данного вопроса.

**Анализ литературных источников по теме.** Вопросом изучения трансакционных затрат занимались многие ученые так в работах Архиреева С.И. [1], Барсуковой С.Ю. [2], Канцурова О.А. [3] приведена классификация трансакционных затрат, даны особенности использования затрат при разных организационно-правовых форм собственности, но не раскрыты особенности учёта при разных видах деятельности. Многие вопросы являются спорными относительно сущности трансакционных затрат. Незнученность многих аспектов послужило выбором исследования данного вопроса.

**Целью исследования** явилось изучение методологических основ учёта трансакционных затрат, рассмотрение их сущности и характерных признаков в условиях институционального периода.

**Изложение основного материала исследования.** Экономическая теория рассматривает три базовых вида затрат субъектов хозяйствования, которые влияют на принятие управленческих решений и на поведение субъектов экономических отношений. Первый вид – это трансформационные затраты, которые связаны с процессом производства. К ним относятся стоимость ресурсов, использованных для создания нового продукта труда.

Второй вид – это трансакционные издержки, связанные с деятельностью предприятий в условиях конкретно определенной институциональной системы. Третий вид – это альтернативные затраты, связанные с выбором одного из возможных вариантов использования ресурсов, которые могут определить получение максимальной прибыли от использования альтернативного вида затрат.

Основное отличие трансформационных затрат от трансакционных затрат заключается в том, что возникновение трансформационных затрат обусловлено процессом производства, их объём зависит от рыночных условий: конъюнктуры рынка, факторов производства и т.п., тогда как трансакционные затраты зависят от институциональных показателей, т.е. с необходимостью использования установленных правил и не эффективности институциональной системы. В отличии от трансформационных затрат трансакционные затраты мало изучены. Общим для первых двух видов затрат является то, что с их использованием уменьшаются их активы и увеличиваются обязательства, что приводит к уменьшению собственного капитала и соответственно они могут быть выявлены и определены элементами метода бухгалтерского учёта.

Однако не все транзакционные затраты могут быть определены методом бухгалтерского учёта. В научной литературе выделяется такая категория транзакционных затрат как нелегальная. Это затраты, которые связаны с теневой экономикой, «откаты», они официально не фиксируются. Так же не могут быть изучены методом бухгалтерского учёта альтернативные затраты, возникающие при обмене прав собственности. Установление таких затрат важно при комплексном анализе эффективности институциональной системы, в частности, оценки уровня коррупции, хотя они исследоваться не могут методом бухгалтерского учёта.

В нашем исследовании раскрываются методологические особенности лишь части транзакционных затрат, какие можно оценить и определить методом бухгалтерского учёта. Затраты субъектов хозяйствования признаются затратами определенного периода с признанием дохода, для получения которого они осуществлены. Затраты, которые не возможно прямо увязать с доходом определенного периода, отражают в составе затрат того отчетного периода в котором они осуществлены. С получением доходов сопоставляются затраты на потребление трансформацию показателей производства, которые формируют себестоимость продукции при операционной деятельности. Кроме операционной, существует инвестиционная и финансовая деятельность. При классификации затрат этих видов деятельности, следует исходить из того, что и инвестиционная и финансовая деятельность связаны с ресурсным обеспечением операционной деятельности. Согласно П(С)БУ 16 «Затраты» выделяют отдельную группу затрат, связанную с процессом обмена активами и правами, информация по ней приводится в отчете ф. №2 «Отчет о финансовых результатах». Это затраты на сбыт и финансовые затраты. В этой форме отчетности приводится только часть финансовых затрат, эти затраты соответствуют признакам транзакционных затрат как «Обеспечение процесса обмена и управления».

Затраты, которые носят общехозяйственный характер и направлены на обслуживание и управление предприятия представляют отдельную классификационную группу, информация получаем по статье «Административные затраты» в «Отчете о финансовых результатах».

На наш взгляд, затраты, которые носят общехозяйственный характер и направлены на управление производства являются транзакционными затратами.

При включении прочих затрат в группу административных, необходимо учитывать не только их общехозяйственное назначение, но и их соответствие транзакционным признакам.

Дискуссионным вопросом является отнесение сумм отчислений на социальное страхование к транзакционным затратам, так как эти суммы можно рассматривать и как выплаты работникам. На наш взгляд, эти затраты следует отнести к транзакционным, так как эти затраты не являются рыночными показателями как оплата труда и стимулирование работников, а результатом институциональной системы. И во вторых, средства, которые перечисляются субъектами хозяйствования в Пенсионный фонд сразу же выплачиваются пенсионерам, отчисление на социальное страхование имеют фискальный характер. Следовательно, отчисления на социальное страхование следует считать транзакционными затратами.

Таким образом, признаком транзакционных затрат соответствуют затраты, которые по существующей классификации включают в административные расходы, финансовые затраты, затраты на сбыт, налог на прибыль и затраты с отчислениями на социальное страхование, а так же отдельные затраты, которые относят в группу прочих операционных затрат. Так же считаем, что затраты в следствии недостач, порчи ценностей, которые являются результатом не правильного хранения, а так же штрафы, пени, неустойки, являются транзакционными затратами, так как обусловлены недостаточным обеспечением защиты прав и интересов субъектов хозяйствования и управления.

Следовательно, целью обеспечения достоверности финансовых результатов, необходимо не допускать непродуктивных затрат, рекомендуется пересмотреть порядок формирования первичной стоимости активов, чтобы не допустить включение транзакционных затрат, связанных с приобретением в их первичную стоимость, а отнести к административным затратам, капитализация финансирования которых осуществляется добровольно. Этот вопрос остается дискуссионным так как реализация этого предложения только в отечественной практике, может привести к нарушению единых методологических подходов к формированию себестоимости активов. Детализация транзакционных затрат необходима для управления субъектов хозяйствования и требует формирования специальной учётной подсистемы.

Выводы и предложения.

1. Мы придерживаемся той точки зрения, что к транзакционным затратам следует относить те затраты, потребление которых обусловлено их социально – экономической деятельностью и могут быть идентифицированы с конкретным субъектом хозяйствования.

2. Бухгалтерский учёт как метод познания социально-экономических объектов может обеспечить исследование только тех затрат, которые проявляются в его предмете на уровне субъекта хозяйствования, т.е. только те транзакционные затраты, которые

зафиксированы в первичных документах и осуществление которых соответствует законодательству.

3. Существующей порядок бухгалтерского учёта обеспечивает формирование информации про значительный объём транзакционных затрат, которые можно выявить и измерить при помощи элементов методов бухгалтерского учёта. Однако группировка по статьям финансовой отчетности без учёта институциональных показателей и транзакционного характера не обеспечивает полного раскрытия информации финансовой отчетности.

### **Список использованных источников**

1. Архиреев С.И. Транзакционные затраты в условиях рыночной трансформации: автореф. дис. на присужд. уч. степ. док-ра эконом. наук. спец. 080101 / С.И. Архиреев. – Х.; 2002. – 32 с.

2. Барсукова С.Ю. Транзакционные издержки вхождение на рынок предприятий малого бизнеса / С.Ю. Барсукова // Проблемы прогнозирования, 2000. – №1. - С. 108–119.

3. Канцуров О.А. Институциональный аспект бухгалтерского учёта / О.А. Канцуров – К.: ННЦИАЕ, 2014. – 380 с.

4. Кирейцев Г.Г. Глобализация экономики и унификация методологии бухгалтерского учёта: науч. докл. / Г.Г. Кирейцев (изд. 2-е, перераб. и доп.). – Житомир: ЖГТУ, 2008. –76 с.

5. П(С)БУ №16 «Расходы», утвержденный приказом Министерства финансов Украины от 31.12.1999 г. №318 / официальный вестник Украины, 2000 – №3(04.02.2000). – С. 102.

УДК 629.113

**Комов Александр Борисович**

**к.т.н., доцент**

**Комов Пётр Борисович**

**к.т.н., доцент**

**Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «Донецкий  
национальный технический университет»**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПАССАЖИРСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** Рассматривается концепция организации управления пассажирским автомобильным транспортом на основе интеллектуальных транспортных систем.



**Ключевые слова:** организация, транспорт, перевозки пассажиров, телематика, автомобиль

**Annotation.** The concept of passenger motor transport management through intelligent transport systems

**Keywords:** organization, transport, transportation of passengers, telematics, vehicle.

Кризис и, соответственно, сложное социально-экономическое состояние большинства стран бывшего СССР, обусловлены во многом ликвидацией прогрессивной, доказанной временем, политики долгосрочного планирования. В результате, например, на городском пассажирском транспорте создан замкнутый круг решения проблем, когда все ресурсы администраций городов и районов (далее «Администрация») поглощаются их текущими «неотложными» делами. Поэтому, несмотря даже на бюджетные субсидии и др. компенсационные меры (обеспечение льготного проезда граждан), данный сектор экономики продолжает оставаться социально напряженным.

На пассажирском автомобильном транспорте общего пользования (АТОП) существует острая необходимость возрождения системы долгосрочного планирования комплексного развития регионов (городов, районов, страны в целом). Необходима разработка современных (рыночных) научно-практических основ концепции инновационных преобразований в организации и управлении пассажирскими перевозками (далее «Концепция» – система, связанных между собой и вытекающих один из другого, взглядов, способов понимания и трактовки явления, предмета или процесса, т.е. система достижения цели) [1; 2].

Цель «Концепции» АТОП – ускоренное достижение регионами Донецкой Народной Республики (ДНР) современного уровня развития транспорта, определяемого научно-техническим прогрессом (НТП) и его научно-техническими революциями (НТР).

Сущность «Концепции» – реализация прогрессивной мировой практики, когда транспорт является не следствием развития регионов, а фактором, определяющим развитие.

Ключевым участником в процессе разработки «Концепции» является естественно «Администрация», которая здесь совмещает свои программные функции и функции текущей деятельности. Однако «Администрация» не может взять на себя всю работу по достижению общественного согласия. Её основная функция – исполнительно-распределительная. Поэтому участниками разработки «Концепции» в целом являются:

- «администрация»;
- орган самоуправления представительский;

– совет общественный экспертно-консультативный при органе самоуправления;

– организации специализированные, обеспечивающие научную профессиональную разработку «Концепции».

Основополагающая задача «Концепции» – это, во-первых, установление научного факта достигнутого уровня работы АТОП и, во-вторых, формирование соответствующих (научных) требований по его повышению в регионах за счёт оптимального выбора ключевых направлений развития и, соответственно, осознанного как «Администрациями», так и населением регионов, поступательного продвижения АТОП в выбранных направлениях.

Суть научного подхода в определении ключевых направлений развития инфраструктуры регионов – точность выбора, определяемая методологией, которую учёные разработчики обязаны взять на «вооружение» для себя и затем предложить «Администрациям», общественности регионов для принятия окончательного решения по выбору своих региональных «Концепций».

Установлено, что аксиомой современного мирового уровня развития транспорта является факт наличия на АТОП систем транспортной телематики, т.е. интеллектуальных транспортных систем (*Intelligent Transport Systems – ITS*) [2; 3; 4]. Научный факт этой аксиомы – требования НТП и, прежде всего, НТР в обеспечении общепланетарной безопасности и качества жизни человека на Земле. Сегодня это отражено в соответствующих международных документах, например, в материалах Европейской конференции министров транспорта (г. Берлин, 21–22 апреля 1997 г.), а также в документах и государственных стандартах Российской Федерации (РФ), согласно которым, безальтернативными для АТОП являются проекты:

– система взимания платы «Платон», которая создана в целях обеспечения соблюдения установленного, действующим законодательством, порядка взимания платы в счет возмещения вреда, причиняемого автомобильным дорогам общего пользования федерального значения транспортными средствами, имеющими разрешенную максимальную массу свыше 12 тонн;

– первая в мире обязательная и бесплатная система экстренного вызова ЭРА-ГЛОНАСС, представляющая элемент сотового телефона, встроенного в автомобиль, что позволяет при аварии позвонить в службу спасения или путём нажатия кнопки *SOS*, а также срабатывания датчиков удара, соединить автоматически автомобиль с оператором экстренной службы, отправив в сеть пакет данных об автомобиле, включая его координаты, *VIN*-номер, скорость, величину ударных перегрузок, цвет, тип топлива);

– региональные навигационно-информационные системы (РНИС), которые предназначены для контроля, предупреждения, анализа аварийных ситуаций на дорогах страны, и решают важнейшую государственную задачу по повышению эффективности государственного (муниципального) управления и реализации контрольно-надзорных полномочий в транспортном комплексе на территории субъекта РФ;

– другие системы *ITS* (I – технические транспортных процессов; II – управления транспортными процессами; III – экономические и паспортные).

Точность выбора подсистем в регионах определяется наличием государственной стратегии развития *ITS*. Она призвана установить правила в сферах государственного контроля, технического регулирования и развития рынка *ITS* как частей единого программного комплекса, объединяющего деятельность широкого перечня органов исполнительной власти. На практике это состоит в создании 3-х уровней государственной организационной структуры регулирования *ITS*:

– уровень 1 – органы исполнительной власти, т.е. министерства и ведомства, имеющие (согласно законодательству) компетенции и функции в сфере создания и развития *ITS* для формирования необходимых условий по разработке правильных принципов отношений субъектов (наука, бизнес) в процессах разработки и реализации проектов *ITS*;

– уровень 2 – организации научные, осуществляющие обоснование и оценку эффективности *ITS* на всех этапах их жизненного цикла (ЖЦ), т.е. это профильные (образовательные и научные) учреждения (как отечественные, так и зарубежные), которые призваны создать государственный научный центр по координации всего ЖЦ (подготовка предложений по техническому и правовому регулированию; проведение экспертизы проектов; научный аудит процессов внедрения) современных *ITS*;

– уровень 3 – сфера внедрения *ITS*, т.е. бизнес-сообщества или совокупность юридических лиц, где главной задачей есть техническая реализация проектов посредством организации профессиональных и общественных объединений, групп с учётом функциональных задач подсистем (I; II; III), принятых в регионах в качестве *ITS*, где первостепенным и безотлагательным есть формирование «*ITS*-парадигмы» (культуры труда) в современном массовом сознании отрасли и всего населения страны, т.е. стереотипов правильного транспортного поведения.

Главная проблема организации *ITS* заключается в наличии на АТОП деструктивной модели командной самоорганизации пассажирских перевозок, где доминирует индивидуальный и групповой эгоизм

предпринимателей в виде абсолютного приоритета осознания и удовлетворения собственных потребностей при выборе стратегий и тактик развития АТОП.

В соответствии с чем, первостепенными организационными основами концепции инновационного развития АТОП являются [5]:

– проведение информационных компаний с целью понимания обществом (специалистами отрасли, пешеходами, другими участниками транспортного процесса) современной парадигмы транспорта как неизбежного прогрессивного явления, обусловленного информатизацией (ГОСТ – 7.0–99), где человек и машина представляют, по-прежнему, две (*soft* и *hard*) главные составляющие, однако абсолютный приоритет имеют машины (искусственные звёзды (спутники), бортовое навигационно-связное оборудование (БНСО), гаджеты, автомобили, др. (см. рис. 1).

– разработка комплекса учебных программ и учебно-методического обеспечения для многоуровневой профессиональной подготовки специалистов отрасли в области телематики, транспортной электроники, *ITS*;

– создание системы обязательного повышения квалификации руководителей и специалистов отрасли, а также профессиональных учебных заведений в сфере развития *ITS*;

– разработка методик оценки уровня подготовки специалистов в области телематики, транспортной электроники, *ITS*.



Рисунок 1 – Модель трансформации информатизации общества

Вывод состоит в том, что в условиях современного НТП, обусловленного коренными преобразованиями информатизации общества, безальтернативным и единственным вариантом концепции инновационных преобразований в управления пассажирскими автомобильными перевозками является их обязательное развитие на основе *ITS*, что требует комплексного научного подхода к организации этого процесса.

### **Список использованных источников**

1. Говорущенко Н.Я. Организация инженерно-технической службы пассажирского автомобильного транспорта общего пользования в региональных программах безопасности дорожного движения / Н.Я. Говорущенко [и др.] // Матеріали III науково-практичної конф. «Донбас–2020: наука і техніка – виробництву». – Донецьк: Дон НТУ Міністерства освіти і науки. – 2005. – С. 732–735.

2. Волков В.П. Интеграция технической эксплуатации автомобилей в структуры и процессы интеллектуальных транспортных систем / В.П. Волков [и др.] – Донецьк: Изд-во «Ноулидж» (донецкое отделение), 2013. – 400 с.

3. Прижбыл П. Телематика на транспорте / П. Прижбыл, М. Свитек; под ред. В.В. Сильянова – М.: Изд-во МАДИ (ГТУ), 2003. – 539 с.

4. Власов В.М. Информационные технологии на автомобильном транспорте: учебник для студ. Учреждений высш. образования / В.М. Власов, Д.Б. Ефименко, В.Н. Богумил – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 256 с.

5. Комов П.Б. Дисциплина «Организация предпринимательской деятельности» в подготовке инженеров-механиков автомобильного транспорта / П.Б. Комов // Вісник Донецького інституту автомобільного транспорту. – Донецьк: ДІАТ. – 2006. – №1. – С. 23–29.

УДК 330.322

**Метрик Александр Аркадьевич**  
**старший преподаватель**  
**УО «Белорусская государственная**  
**сельскохозяйственная академия»**

### **БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

**Аннотация.** В данной статье речь идёт об трактовке понятия «бюджетирование проекта», приводятся принципы и этапы отбора

инвестиционных проектов, оценка эффективности инвестиционных проектов.

**Ключевые слова:** бюджетирование, инвестиции, инвестиционный проект, отбор, эффективность.

**Annotation.** In this article, we are talking about the interpretation of the concept of «budgeting project», presented the principles and stages of selection of investment projects, evaluation of investment projects.

**Keywords:** budgeting, investments, investment project, selection, efficiency.

Понятие «бюджетирование проекта» имеет две трактовки:

1) означает оценку эффективности инвестиционных проектов, которая проводится при отборе проектов;

2) рассматривается как процесс формирования инвестиционного бюджета предприятия и контроля стоимости выполненных работ по проектам [3].

Бюджетирование – это технология финансового планирования, учёта и контроля доходов и расходов, получаемых от бизнеса на всех уровнях управления, которая позволяет анализировать прогнозируемые и полученные финансовые результаты [2].

При оценке эффективности и отборе инвестиционных проектов необходимо руководствоваться следующими принципами:

– сопоставимость проектов во времени, по уровню риска и ликвидности (денежные потоки по проектам имеют разный временной профиль, характеризуются различной степенью риска и оказывают различное влияние на ликвидность предприятия; сопоставимость проектов обеспечивается путем дисконтирования денежных потоков по проектам);

– совместимость проектов в инвестиционной программе (оценка синергического эффекта проектов; влияние проектов на денежные потоки; выявление возможности диверсификации риска портфеля на основе включения проектов с разной динамикой экономического цикла);

– интегрированность проекта в хозяйственный механизм предприятия;

– всесторонний учёт издержек и доходов по проектам;

– вероятностный характер показателей эффективности проекта.

Отбор инвестиционных проектов и формирование инвестиционного портфеля предприятия осуществляются в несколько этапов (рисунок 1) [1].

Ретроспективный анализ управления реальными инвестициями предприятия предполагает оценку показателей эффективности инвести-

ционных проектов в предыдущем периоде, состояние ранее начатых проектов, их потребность в финансовых, управленческих и материальных ресурсах, а также выявление факторов, повлиявших на реализацию проектов в предыдущем периоде. В финансовой теории сравнение фактических результатов проектов с ожидавшимися при принятии решения о финансировании проекта и анализ причин выявленных отклонений получили название постаудита (post-audit).

При отборе инвестиционных проектов проводится оценка условий реализации инвестиционных проектов в плановом периоде, определяющих возможности финансирования проектов, их наиболее вероятные результаты (возможности привлечения и стоимость инвестиционных ресурсов и активов, характеристики ранее начатых инвестиционных проектов, состояние инвестиционного рынка, конкурентной среды, динамика рыночного спроса).



*Рисунок 1 – Этапы отбора инвестиционных проектов*

Формирование критериев отбора инвестиционных проектов. Существуют следующие группы критериев:

– количественные (показатели экономического эффекта и эффективности проектов);

– качественные (влияние проектов на конкурентоспособность предприятия; стратегическая значимость проекта, т.е. влияние на реализацию других проектов, стратегическое положение предприятия в отрасли);

– показатели риска реализации проекта (чувствительность проекта к изменению факторов рыночной среды; вариация денежных потоков проекта; влияние на финансовую устойчивость предприятия).

Значения критериев определяются по целевым стратегическим нормативам (допустимый уровень риска деятельности предприятия; валовой объём инвестиционной деятельности; показатели эффективности инвестиций).

Оценка эффективности инвестиционных проектов дается на основе разработанных бизнес-планов проектов. При этом рассчитываются как индивидуальные показатели эффективности проекта, так и показатели эффективности функционирования предприятия с учётом реализации проекта.

В последнем случае оцениваются эффективность функционирования предприятия до и после реализации проекта с учётом его влияния на операционную деятельность, риски, ликвидность предприятия. Оценка эффективности проектов в рамках инвестиционного портфеля дается с учётом их взаимодополнения и значения синергического эффекта. При этом учитывается влияние новых проектов на возможности финансирования действующих, а также стоимость привлекаемых инвестиционных ресурсов и др.

Формирование инвестиционного портфеля и оценка совместимости проектов осуществляются с учётом приоритетов деятельности предприятия, целевых стратегических нормативов и ограничений (показатели самофинансирования, кредитоспособности, возможности привлечения внешних источников финансирования). Реализация интересующих инвестиционных проектов может быть отложена в том случае, если это негативно скажется на финансовой устойчивости предприятия. Инвестирование реальных проектов всегда ухудшает финансовое состояние предприятия, поэтому высокую инвестиционную нагрузку может не выдержать даже крупное предприятие. Результатом этапа является формирование оптимального капитального бюджета (*optimal capital budgeting*) – набора проектов, совместная реализация которых максимально увеличит стоимость предприятия.

В реальной практике оптимальный капитальный бюджет редко соответствует точке максимизации прибыли от инвестиций. Во-первых, установленный норматив самофинансирования ограничивает возможности привлечения внешних инвестиционных ресурсов, как заемных, так и собственных. Подобного рода ограничения называются рационированием капитала (*capital rationing*). Во-вторых, предприятие может выбрать менее доходный проект для достижения основных стратегических целей



либо выполнения нормативов отраслевой или региональной структуры инвестиций. Кроме того, выход за пределы максимизации прибыли по инвестиционным проектам возможен благодаря проявлению эффекта синергии в том случае, когда прибыльность портфеля оказывается выше суммы прибыли по отдельным инвестиционным проектам.

Оценка эффективности реализации инвестиционной программы проводится по следующим направлениям:

– оценка экономического эффекта и эффективности реализации проектов (чистый дисконтированный доход; норма рентабельности и др.);

– оценка стоимости реализации проектов (потребность в дополнительном финансировании; изменение стоимости отдельных элементов капитала и средневзвешенной стоимости капитала предприятия);

– оценка рисков реализации программы (показатели финансовой устойчивости; выявление риск-факторов и чувствительности к ним отдельных проектов и портфеля в целом).

Выделяют следующие виды эффективности: производственную; коммерческую; экологическую; организационную; социальную; финансовую; бюджетную; валютную.

Рассмотренные виды эффективности предполагают оценку различных результатов проекта и их сопоставление с объемом инвестиционных расходов.

### **Список использованных источников**

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: учеб. курс. – К.: Эльга-Н: Ника-Центр, 2002. – 448 с.

2. Бюджетирование инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.plam.ru/bislit/investicionnye\\_proekty\\_ot\\_modelirovanija\\_do\\_realizacii/p7.php#metkadoc11](http://www.plam.ru/bislit/investicionnye_proekty_ot_modelirovanija_do_realizacii/p7.php#metkadoc11) – (Дата обращения: 25.02.2017).

3. Гейзлер П.С. Управление проектами: практическое пособие / П.С. Гейзлер, О.В. Завьялова. – Минск: Мисанта, 2005. – 288 с.

Панченко Людмила Алексеевна  
к.э.н., доцент  
Белоусова Яна Николаевна  
магистр  
Гребень Дмитрий Евгеньевич  
магистр  
ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

## АНАЛИЗ МЕТОДИК ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В СИСТЕМЕ КОМПЛЕКСНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

**Аннотация.** В данной статье рассмотрен анализ методик финансовых результатов в системе комплексного экономического анализа. Проанализированы основные методики анализа финансового результата предприятия, определены основные сходства и различия. Определены основные пути совершенствования финансового результата предприятия на основе обобщения и систематизации существующих методик.

**Ключевые слова:** анализ, финансовые результаты, прибыль, капитализированная прибыль, маржинальная прибыль, объём продаж и др.

**Annotation.** This article describes the analysis techniques of financial results in the system of complex economic analysis. Analyzed the main methods of analysis of the financial results of the company and identifies the main similarities and differences. The main ways of improvement of the financial result of the enterprise on the basis of generalization and systematization of the existing methods.

**Keywords:** analysis, of financial results, profit, capitalized profit, profit margin, sales volume and etc.

**Постановка проблемы.** В современных условиях функционирование любого субъекта хозяйствования, независимо от видов его деятельности и форм собственности, в условиях становления рыночных отношений определяется его способностью создавать необходимую величину дохода или прибыли. Поэтому анализ прибыли занимает ведущее место в системе комплексного экономического анализа, поскольку за ним оценивается степень достижения конечной цели деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемные вопросы применения методик анализа финансового результата, рассмотрены ведущими экономистами в области экономического анализа и финансового менеджмента во многих отечественных и зарубежных

исследованиях, сформулированы отдельными авторами в тематических публикациях.

Существуют различные точки зрения учёных о проведении анализа финансовых результатов, среди которых следует выделить труды Г.В. Савицкой, А.Д. Шеремет, П.А. Знахуренко, М.С. Билык, Н.Н. Селезневой и А.Ф. Ионова, А.Г. Загороднего, П.Я. Поповича и многих других, которые занимались и занимаются этой многогранной проблемой.

**Цель и задачи исследования.** Целью статьи является исследование сущности финансового результата, задач и исследование необходимости методик анализа финансового результата предприятия.

Задачи исследования: 1) выделить и проанализировать основные методики анализа финансового результата предприятия; 2) выделить основные методики на основе обобщения и систематизации существующих.

Объектом исследования является финансовый результат предприятия и определяющие его факторы.

Предметом исследования является методическое и информационное обеспечение анализа финансового результата предприятия.

**Основной материал исследования.** Анализ финансовых результатов составляет важнейшую часть информационного обеспечения для принятия управленческих решений руководством предприятий. В получении подробной информации о финансовой ситуации предприятия, его деятельности заинтересованы практически все субъекты рыночных отношений: собственники, акционеры, аудиторы, инвесторы, банки, биржи, поставщики и покупатели, страховые компании и рекламные агентства.

Для достижения основной цели анализа финансового результата предприятия могут применять различные методы анализа. Проанализировав литературные источники авторов, которые исследовали данный вопрос, можно определить следующие методы оценки финансового результата предприятия: формализованные и неформализованные, математические и коэффициентные, графические методы и модели.

Так, Г.В. Савицкая предлагает осуществлять анализ финансовых результатов деятельности предприятия последовательно проводя:

1. Анализ состава и динамики прибыли. При этом в процессе анализа используются следующие показатели прибыли: маргинальная прибыль; прибыль от реализации продукции, товаров, услуг; общий финансовый результат до выплаты процентов и налогов (брутто-прибыль); чистая прибыль; капитализированная прибыль; потребляемая прибыль. Причем, как указано автором, использование того или иного показателя прибыли зависит от цели анализа. Так, например, для определения

безубыточного объёма продаж и зоны безопасности предприятия, для оценки уровня доходности производства отдельных видов продукции и определения коммерческой маржи используется маржинальная прибыль [4]. В процессе анализа необходимо определить состав прибыли, её структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год. При этом Г.В. Савицкая считает, что особое внимание следует уделять учёту инфляционных факторов изменения суммы прибыли [4]. Также необходимо учесть факторы изменения каждой составляющей общей суммы прибыли отчетного периода.

2. Анализ финансовых результатов от реализации продукции и услуг. В процессе анализа изучаются динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяются факторы изменения её суммы (объём реализации продукции, структура реализованной продукции, себестоимость продукции, изменение уровня средне реализационных цен).

А.Д. Шеремет поддерживает мнение Савицкой и предлагает проводить анализ финансовых результатов в той же последовательности, формируя ряд показателей, характеризующих финансовые результаты [6]. Большое внимание, она уделяет анализу влияния инфляции на финансовые результаты от продаж продукции. Изучая качество прибыли, целесообразно при анализе приводить обобщенную характеристику структуры источников формирования прибыли, заканчивая анализом рентабельности активов предприятия и маржинальным анализом прибыли.

В практической деятельности по мнению П.А. Знахуренко, А.П. Хотомлянского, целесообразно использовать следующие методы оценки финансового результата предприятия:

1. Коэффициентный метод (который даёт возможность выявить слабые места в деятельности предприятия еще на начальном этапе).

2. Комплексный метод (с помощью этого метода можно выделить проблемные направления в деятельности предприятия и выявить их причины).

3. Интегральный метод, который формируется в обобщающий показатель по направлениям уровней платежеспособности, финансовой независимости и качества активов.

4. Безубыточный метод предусматривает расчет величины операционного рычага и оценку финансового результата предприятия показателем запаса финансовой устойчивости, однако на наш взгляд, он не дает полной оценки состояния предприятия.

5. Равновесный метод основан на достижении равновесия между ликвидными потоками в сфере хозяйственно-инвестиционной и финансовой деятельности предприятия [2, с. 112–113].

Изучив порядок проведения анализа финансовых результатов рассмотренные Н.Н. Селезневой и А.Ф. Ионовой было установлено, что в своих работах они выделяют те же направления анализа которые были рассмотрены вышеприведенными авторами [5].

В рассмотренных методиках, на наш взгляд, можно отметить основной недостаток, заключающийся в том, что при раскрытии состава факторов, влияющих на изменение прибыли, допущена одна и та же методологическая ошибка, состоящая в том, что рекомендуется дважды учитывать влияние одного и того же фактора на изменение прибыли, а именно структурный сдвиг в ассортименте продукции учитывается одновременно в двух группах факторов.

Исследования показали, что проводя анализ финансовых результатов целесообразно совершенствовать информационное и методическое обеспечение финансового результата, процесса его прогнозирования, пересмотрев и доработав нормативные акты, которые раскрывают методики анализа финансового результата, формы и методы финансового обеспечения функционирования предприятия, адаптировав методики анализа в современных экономико-правовых условиях.

### **Список использованных источников**

1. Билык Н.Д. Сущность и оценка финансового результата предприятий / Н.Д. Билык // Финансы, 2005. – №3. – С. 117–128.
2. Знахуренко П.А. Комплексная оценка финансового состояния предприятий / П.А. Знахуренко, А.П. Хотомлянский // Финансы, 2007.– №1. – С. 111–113.
3. Киндрацкая Г.И. Экономический анализ: учебник / Г.И. Киндрацкая, Н.С. Билык, А.Г. Загородний; под ред. проф. А.Г. Загороднего. – 3-е изд., ред. и доп. – К.: Знания, 2008. – 487 с.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М., 2010. – 534 с.
5. Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М., 2006. – 386 с.
6. Шеремет А.Д. Финансы предприятий / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М., 2004. – 345 с.

Панченко Людмила Алексеевна  
к.э.н., доцент

Белоусова Яна Николаевна  
магистр

Гребень Дмитрий Евгеньевич  
магистр

ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

## ОЦЕНКА БИОЛОГИЧЕСКИХ АКТИВОВ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ

**Аннотация.** В статье обосновано теоретико-методологические основы дальнейшего развития методологии стоимостного измерения в учётной системе и разработке практических рекомендаций по совершенствованию оценки биологических активов и сельскохозяйственной продукции в бухгалтерском учёте аграрных предприятий Украины.

**Ключевые слова:** биологические активы, оценка, справедливая стоимость, сельскохозяйственная продукция.

**Annotation.** The article substantiates the theoretical and methodological foundations for further development of the methodology of the cost of measurement in the accounting system and the development of practical recommendations for improving the assessment of biological assets and agricultural produce in accounting of agricultural enterprises of Ukraine.

**Keywords:** biological assets, estimate the fair value of agricultural products.

**Постановка проблемы.** В современных условиях хозяйствования и развития рыночной экономики в Украине остро встаёт вопрос совершенствования бухгалтерского учёта в аграрных формированиях. Кроме того, возникает необходимость в методическом обеспечении ведения рациональной организации учёта и контроля. Как следствие, в отечественной теории и практике бухгалтерского учёта появились новые объекты учёта, обновлённые правила их оценки и вереница других требований, которые в своей совокупности обусловили изменения в методологии бухгалтерского учёта.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Значительный взнос в развитие новой методологии бухгалтерского учёта сельскохозяйственной деятельности, обусловленной появлением биологических активов как новых объектов учёта, внесли С.Ф. Голов, М.Я. Демьяненко, В.М. Жук, М.Ф. Огийчук, В.Б. Моссаковский и др.

Вопросы признания, оценки и отражения в бухгалтерском учёте и отчётности биологических активов и сельскохозяйственной продукции освещаются в работах таких иностранных учёных, как Р.А. Алборов, О.В. Захарова, В.П. Палий, О.И. Степаненко и др.

**Формулировка цели статьи** - развитие теоретической базы и методологии стоимостного измерения в учётной системе и разработке практических рекомендаций по усовершенствованию оценки биологических активов и сельскохозяйственной продукции в бухгалтерском учёте аграрных предприятий.

**Основной материал исследования.** Подходы к построению новой системы бухгалтерского учёта на ближайшее десятилетие и на более длительный период должны учитывать особенности развития бухгалтерского учёта в рыночной экономике. С этой целью были разработаны учётные регистры, формы первичных документов представленные в Методических рекомендациях относительно применения специализированных форм первичных документов по учёту долгосрочных и текущих биологических активов в сельскохозяйственных предприятиях, Методические рекомендации по учёту затрат, выходу продукции биологических активов, которые способствуют внедрению и использованию на практике реформированной модели бухгалтерского учёта. То есть, была создана нормативно-правовая база, которая адаптирована к конкретным условиям хозяйствования и институциональной среды Украины [2].

Биологические активы как средство производства сельскохозяйственной продукции играют важную социально-экономическую роль в обеспечении развития экономики в целом и аграрного сектора в частности. Поэтому разработка и внедрение стандарта, который регулирует учёт только активов сельского хозяйства, является актуальным и обоснованным. Вместе с тем, как свидетельствует практика, с введением П(С)БУ 30 «Биологические активы» – новые методологические принципы бухгалтерского учёта – вызвали отдельные сложности учётной работы и не получили распространение в сельскохозяйственных предприятиях. С принятием Положения (стандарта) бухгалтерского учёта 30 «Биологические активы» появилась ряд нерешенных методологических и практических вопросов, связанных с ведением учёта биологических активов и расходов на их трансформацию, оценку, признания финансовых результатов и тому подобное.

С введением П(С)БУ 30 «Биологические активы» появляется необходимость расширенного аналитического учёта. Так в учёте производства продукции растениеводства такое расширение связано с тем, что вместо одного счёта 23 «Производство» на сегодняшний день предприятие должно применять два счёта «Текущие биологические активы,

которые оценены по первоначальной стоимости и 211 «Текущие биологические активы растениеводства, оцененные по справедливой стоимости». Затраты на выращивание продукции растениеводства, как и ранее, ведутся на счете 23 «Производство», а вот объекты такого учёта-площади определенных сельскохозяйственных культур уже на двух счетах 23» Текущие биологические активы растениеводства, оцененные по первоначальной стоимости» и 211. С одной стороны такое нововведение усложняет учёт. С другой стороны, на каждую дату предприятие может иметь и фактическую (по себестоимости), и рыночную оценку видов на урожай с определенных площадей.

Следующим нововведением, которое выполняют не все сельскохозяйственные предприятия является то, что в учётной политике сельскохозяйственных предприятий должны быть определены методы оценки готовой сельскохозяйственной продукции при её первичном отделении от биологических активов [3]. В соответствии с требованиями П (С)БУ 30 «Биологические активы» при первоначальном признании сельскохозяйственная продукция приходится по справедливой стоимости, уменьшенной на расходы по месту продажи и большинство предприятий оприходует продукцию по плановой стоимости, а в конце года доводит до фактической. Но сейчас, в период активного реформирования учётных процессов и постепенного перехода к международным стандартам учёта и отчетности, предприятиям предоставляется свобода в выборе концептуальных аспектов, касающихся учёта. Поэтому остро стоит проблема разного прочтения (понимания) нормативных актов различными специалистами [4].

Следующая особенность учёта в сельскохозяйственных предприятиях обусловлена установленным порядком оценки продукции в течение года.

Мы поддерживаем мнение Т.А. Бондарь [1, с. 7] и не считаем целесообразным оценивать биологические активы и сельскохозяйственную продукцию по справедливой стоимости, поскольку это противоречит одному из главных принципов бухгалтерского учёта – принципа достоверности. Правильнее всего будет оценивать биологические активы и сельскохозяйственную продукцию по затратам на их производство, то есть, по фактической себестоимости. Поскольку в сельском хозяйстве производственный цикл может длиться от нескольких месяцев до года и нескольких лет, а себестоимость продукции исчисляются раз в год.

**Выводы.** Таким образом, изложенный материал позволяет сделать определенные выводы:

– Возникновение в бухгалтерском учёте новой концепции оценки, которой является оценка по справедливой стоимости, связано с



появлением таких объектов учёта как финансовые инструменты. Исходя из этого, аргументировано, что методология применения оценки по справедливой стоимости именно к биологическим активам и сельскохозяйственной продукции, которые имеют совершенно иную природу, обостряет проблему достоверности финансовой отчётности и повышает уровень риска, связанный с содержанием статей такой отчётности.

– Исследования показали, что наиболее оптимальным видом оценки биологических активов и продукции является первоначальная стоимость или себестоимость производства. Оценка биологических активов по первоначальной стоимости предполагает калькулирование сначала плановой себестоимости, а затем определение фактической себестоимости.

### **Список использованных источников**

1. Бондур Т.О. Бухгалтерське відображення процесів відтворення біологічних активів в рослинництві: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз і аудит» / Т.О. Бондур. – Київ, 2009. – 17 с.

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2006 року №1315 [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

3. Піддубна А.О. Проблеми та перспективи обліку біологічних активів / А.О. Піддубна, С.А. Гаркуша // Сумський національний аграрний університет – 2010. – 456 с.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджений наказом Міністерства фінансів від 18 листопада 2011 року №790.

**Пильченко Анастасия Андреевна**  
студентка  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РИСКА БАНКРОТСТВА И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ОЦЕНКЕ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

**Аннотация.** С помощью методов экономического анализа определена взаимосвязь интегрального показателя риска банкротства и платежеспособности сельскохозяйственных организаций.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, безопасность предприятия, риск банкротства, платежеспособность.

**Annotation.** With the help of methods of economic analysis defined the relationship of the integral indicator of risk of bankruptcy and solvency of agricultural organizations.

**Keywords:** economic security, enterprise security, bankruptcy risk, solvency.

Экономическая безопасность предприятия – это состояние его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности [4]. Определение угроз экономической безопасности основывается на количественном и качественном анализе внешних и внутренних факторов дестабилизации хозяйственной деятельности. Очевидно, что такой анализ должен основываться на комплексном подходе. В связи с этим у профессионалов, которые занимаются обеспечением безопасности бизнеса появилось понятие «Система экономической безопасности» (СЭБ) предприятия. Одной из основных задач данной системы является сбор, анализ, оценка данных и прогнозирование развития обстановки. К основным элементам СЭБ предприятия относится информационно-аналитическая работа [3; 4].

По нашему мнению, большую угрозу экономической безопасности, как самим предприятиям, так и их партнерам и государству в целом приносит утрата платежеспособности. В конечном итоге устойчивая неплатежеспособность организации может привести к банкротству, что создает угрозу экономической безопасности отрасли, региона, страны.

Для анализа платежеспособности сельскохозяйственных организаций региона в качестве объекта исследования выбраны аграрные предприятия Витебской области республики Беларусь. В исследуемую совокупность вошло 195 сельскохозяйственных производственных кооперативов, закрытых и открытых акционерных обществ, коммунальных унитарных сельскохозяйственных предприятий, а также республиканских унитарных сельскохозяйственных предприятий. Все организации принадлежат к одному из 21 района Витебской области.

В качестве показателей, характеризующих платежеспособность сельскохозяйственных организаций, выбраны коэффициенты платежеспособности, приведенные в соответствующей Инструкции:

$K_1$  – коэффициент текущей ликвидности;

$K_2$  – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

$K_3$  – коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами [1].

С учётом нормативов, установленных для каждого коэффициента, все сельскохозяйственные организации Витебской области были разделены на 4 группы:

1 группа – устойчиво платежеспособные предприятия ( $K_1 \geq 1,5$ ,  $K_2 \geq 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

2 группа – платежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 \geq 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

3 группа – неплатежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 < 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

4 группа – устойчиво неплатежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 < 0,2$ ,  $K_3 > 0,85$ ).

На следующем этапе анализа по интегрированному показателю (дискриминантной модели Таффлера) определена вероятность банкротства предприятий по выделенным группам [3]:

$$Z = 0,53x_1 + 0,13x_2 + 0,18x_3 + 0,16x_4, \quad (1)$$

где  $Z$  – константа сравнения;

$x_1$  – прибыль от реализации / краткосрочные обязательства;

$x_2$  – оборотные активы / сумма обязательств;

$x_3$  – краткосрочные обязательства / сумма активов;

$x_4$  – выручка / сумма активов.

При условии, что  $Z > 3$  – риск банкротства предприятия в ближайшей перспективе отсутствует. При  $2 < Z < 3$  – существует незначительный риск банкротства и при  $Z < 2$  – предприятие имеет большой риск банкротства.

Результаты группировки приведены в таблице 1.

**Таблица 1 – Взаимосвязь платежеспособности сельскохозяйственных организаций с уровнем риска банкротства**

Показатель	Группы организаций по платежеспособности				Итого, в среднем	4-я группа к 1-й группе (+, -)
	1-я	2-я	3-я	4-я		
Число единиц в группе	52	29	97	17	195	- 35
$K_1$	2,53	1,39	0,84	0,55	1,35	- 1,98
$K_2$	0,52	0,28	- 0,27	- 1,03	- 0,04	- 1,55
$K_3$	0,37	0,49	0,60	1,04	0,56	+ 0,67
$Z$	0,23	0,21	0,15	0,11	0,15	- 0,12

Данные таблицы свидетельствуют о том, что наиболее представительной является третья группа, к которой относятся неплатежеспособные сельскохозяйственные организации Витебской области. Однако неплатежеспособность данных организаций не носит устойчивый характер, о чем свидетельствует среднее значение  $K_3 \leq 0,85$ . Значение  $Z < 0,2$  указывает на высокий риск банкротства предприятий данной группы. Также достаточно представительно является первая группа устойчиво платежеспособных организаций. Их в Витебской области в 2015 году насчитывается 52 единицы. Все средние значения коэффициентов платежеспособности данной группы соответствуют нормативам, а значения  $Z > 0,2$  указывает на незначительный риск банкротства в ближайшей перспективе. Среднее значение  $Z$  во второй группе также свидетельствует о невысоком риске банкротства платежеспособных сельскохозяйственных организаций. Тем не менее, коэффициент текущей ликвидности менее норматива говорит о том, что предприятиям данной группы необходимо проводить существенную работу по улучшению финансового состояния.

Особого внимания заслуживают сельскохозяйственные организации региона, принадлежащие к четвертой группе. Значение  $K_4$  указывает на то, что у предприятий данной группы недостаточно оборотных средств для погашения краткосрочных обязательств. В данной группе также минимальное значение  $Z$ .

При более подробном рассмотрении групп организаций по платежеспособности можно отметить, что в первой группе наибольшее количество предприятий Верхнедвинского и Дубровенского районов (по 8 предприятий). Это составляет от общего количества предприятий 61,5% и 57,1% соответственно. Также в данной группе высокая

представительность Миорского района (6 предприятий) или 40,0% от общей численности.

В группе устойчиво неплатежеспособных организаций наибольшая представительность Браславского и Докшицкого районов (по 3 предприятия). Это составляет 33,3% от общего количества организаций указанных районов.

Таким образом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

– показатели платежеспособности организаций и использованный в процессе анализа интегрированный показатель риска банкротства позволяют определить наличие угрозы экономической безопасности предприятий в отношении изменения их финансового состояния;

– для более полного анализа финансового состояния данные показатели необходимо использовать в комплексе;

– в отношении конкретных сельскохозяйственных организаций Витебской области следует обратить особое внимание на неустойчивое финансовое состояние организаций четвертой группы, которое в ближайшей перспективе может вызвать их банкротство.

### **Список использованных источников**

1. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности объектов хозяйствования: утверждена постановлением Совета Министров Респ. Беларусь 27.12.2011 г. №140/206 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – №19. – 465 с.

2. Лоренц А.Э. Проблема обеспечения экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sci-article.ru/> (Дата обращения: 03.03.2017).

3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 519 с.

4. Экономическая безопасность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/ub9bFW7Rv7Q.html> (Дата обращения: 03.03.2017).

**Подлипский Антон Игоревич**  
**старший преподаватель**  
**УО «Белорусская государственная**  
**сельскохозяйственная академия»**

## **УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ АГРАРНОГО БИЗНЕСА**

**Аннотация.** В тезисах рассматриваются отечественные и зарубежные подходы к оценке и управлению эффективностью в агропромышленных формированиях. На основании анализа подходов сделана попытка оценить актуальность применения конкретных методик в сфере агробизнеса в условиях неопределенности.

**Ключевые слова:** управление, эффективность, интеграция, агробизнес, гудвилл.

**Annotation.** The theses are considered domestic and foreign approaches to assessment and performance management in agroindustrial formations. Based on the analysis of the approaches attempted to assess the relevance of using the specific methods in the field of agribusiness in the face of uncertainty has been made.

**Keywords:** management, efficiency, integration, agribusiness, goodwill.

Тенденции современной экономики характеризуются процессами ускоряющейся глобализации и интеграции. Данные черты присущи и аграрной сфере многих стран, в том числе на постсоветском пространстве. Успешное управление интеграционными процессами в агробизнесе в значительной степени зависит от используемых подходов по оценке эффективности как существующих, так и проектируемых агропромышленных формирований. Значительная степень неопределенности, вызванная характером интеграционных процессов, побуждает к использованию различных инструментов, применяемых в оперативном и стратегическом менеджменте. Знание и правильное использование таких инструментов для оценки и управления эффективностью агропромышленных формирований дает неоспоримое преимущество перед другими субъектами отрасли.

Исследования показывают, что в русскоязычной научной литературе подходы к оценке эффективности интегрированных структур носят преимущественно ретроспективный характер. В данном случае анализу подвергаются уже функционирующие предприятия, отрасли. Такой анализ, по сути, представляет собой «подведение итогов» и сво-

дится к расчету показателя (системы показателей, коэффициентов) на основании учёта фактически достигнутого уровня производства, сбыта и сопоставление данных параметров с эталоном. Принципиальное отличие зарубежного подхода (в частности западного) заключается в том, что процесс оценки эффективности имеет целью обоснование целесообразности объединения – интеграции, прогнозирование эффективности (в качестве которой зачастую выступает увеличение стоимости бизнеса. В данном случае интеграция рассматривается не как сложившаяся ситуация, неизбежность, а как один из вариантов развития бизнеса.

Этот подход получил широкое распространение в рамках концепции «слияния и поглощения» M&A (англ. mergers (слияние) and acquisition (поглощение)), которая в западной практике используется как обобщённое название процесса интеграции компаний независимо от его типа. Данная концепция рассматривает слияние и поглощение для компании одним из важнейших способов продолжения ведения деятельности на рынке. При принятии решения о проведении сделки слияния или поглощения многие ученые, в качестве основополагающего фактора выделяют достижение синергии. Т. Коупленд, Т. Колер и Дж. Муррин [1], рассматривают синергетические эффекты, которые возникают в процессе объединение компаний, в качестве основного критерия отсева, на основании которого отбираются наиболее подходящие варианты компаний для слияния или поглощения. Платонов [2] и Соколова [3] выделяют в качестве одной из причин для совершения сделки слияния – приобретение гудвилла компании-цели. Гудвилл компании – это нематериальные активы, неотделимые от компании, основой которых являются информация и знания. По нашему мнению гудвилл можно в полной мере рассматривать как составную часть синергетического эффекта, а сам эффект – в качестве критерия целесообразности и эффективности интеграции. Исследования показывают, что существуют различные методики оценки эффективности и целесообразности интеграции. В данной связи, видится важным рассмотрение сущности основных подходов к данной проблеме и определение актуальности их применения в сфере агарного бизнеса.

В качестве системы, которая позволяет в достаточной степени полно оценить эффективность работы субъекта экономики, а также предупредить и устранить проблемы сразу после их появления, во многих источниках рассматривается сбалансированная система показателей эффективности (Balanced Scorecard – BSC). Основная особенность сбалансированной системы – введение в анализ деятельности компании нефинансовых показателей. Система позволяет выявить внутренние процессы, которые положительно или отрицательно влияют на эффективность функционирования компании. В основе BSC лежат так

называемые «ключевые показатели эффективности», или KPI (Key Performance Indicator). Главное отличие сбалансированной системы показателей эффективности от произвольного набора показателей заключается в том, что все KPI, входящие в сбалансированную систему, во-первых, ориентированы на стратегические цели предприятия и, во-вторых, взаимосвязаны и сгруппированы по определенным признакам. Сбалансированная система показателей эффективности охватывает все важные направления деятельности предприятия. В классическом варианте BSC их четыре: финансы, работа с клиентами, внутренние бизнес-процессы и управление персоналом. Однако, в зависимости от компании и изменяющихся условий внешней среды формулировка и количество направлений, рассматриваемых в BSC, могут меняться [4]. В условиях неопределенности выбора развития аграрного бизнеса данный аспект (мобильность, адаптивность) придает методике исключительную актуальность.

Для оценки справедливой стоимости сделок M&A широко применяются модели NPV (Net Present Value) – расчет чистого дисконтированного дохода и DCF (discounted cash flow) – метод дисконтированных денежных потоков. Данные модели, по сути, очень близки, различие состоит лишь в том, что при расчете последнего не учитываются инвестиционные затраты. Данные методы позволяют определить стоимость актива с учётом ставки дисконта, которая рассчитывается отдельно, либо берется из уже имеющихся аналогов (например – уровня инфляции), а также окупаемость вложений в тот или иной актив. Необходимо отметить, что данные подходы широко применяются в отечественной практике при обосновании бизнес-планов.

Еще одна распространенная концепция управления эффективностью, которая позволяет выяснить, достаточно ли зарабатывает компания по сравнению с альтернативными вложениями, основана на определении экономической добавленной стоимости (EVA). Суть её в том, что компания рассматривается как некий проект с начальным капиталом, который имеет определенную стоимость. Разница между доходностью проекта (компании) и стоимостью капитала и есть экономическая добавленная стоимость (EVA).

Таким образом, EVA является показателем, характеризующим экономическую прибыль компании, который показывает сколько компания заработает с учётом упущенной выгоды, которую она не получит из-за невозможности вложить капитал альтернативным способом (в другой бизнес, на депозит, в фондовый рынок). Необходимо также отметить, что данная концепция имеет некоторое сходство с двумя предыдущими моделями в том смысле, что одним из вариантов



расчета стоимости капитала является метод дисконтирования, который лежит в основе расчета моделей NPV и DCF.

Альтернативой методам, использующих расчет показателей DCF, NPV и возникший на почве критики последних за статичность является метод реальных опционов. Данный подход появился относительно недавно и используется при планировании капиталовложений. Его сторонники утверждают, что с помощью методики, применяемой для оценки финансовых опционов, можно подсчитать ту часть стоимости проекта, которая создается за счет активного управления и стратегического взаимодействия [5]. Суть метода заключается в решении проблемы оптимизации в условиях неопределенности, характерной для реального актива (проекта, фирмы, земельного участка и т. д.). Алгоритм решения проблемы оптимизации подбирается с учётом имеющихся возможностей (опционов) при помощи разработки четкой схемы, в которой намечается хронологическая последовательность решений о капитальных вложениях, которые необходимо будет принять в процессе научных исследований и разработок. Также выявляются новые возможности, которые нужно будет внимательно изучить до того, как брать на себя следующие крупные обязательства инвестиционного характера. Данный метод являет собой гибкий универсальный инструмент оценки эффективности вложений и четко разработанный алгоритм действий при различных вариантах развития событий в условиях неопределенности.

Выше обозначенные методы (за исключением DCF и NPV, которые используются в бизнес-планировании) не получили пока широкого применения в белорусской экономике и аграрной сфере в частности. Тому есть ряд причин, среди которых в качестве основных можно выделить:

- сформированный десятилетиями менталитет работников аграрной сферы, в основе которого – ориентация на выполнение плана, обеспечение заданных объёмов производства, что отражено в качестве приоритетных задач и в государственных программах, регламентирующих развитие аграрного бизнеса. Лишь в последнем документе «Программе развития агробизнеса», принятом на 2016–2020 году, в качестве важнейшего целевого показателя рассматривается рентабельность продаж.

- низкий уровень предпринимательской инициативы руководителей, во многом обусловленный фактическим владением государством подавляющим большинством организаций, функционирующих в сфере агробизнеса.

Рассмотренные подходы ни как не исключают использование в агробизнесе более традиционных для стран постсоветского пространст-

ва методов оценки и управления эффективностью, а скорее дополняют их и, в некоторой степени даже смещает понимание критериев экономической эффективности. Смещение это происходит с плоскости соответствия эталону, стандарту, первостепенного выполнения любой ценой плановых показателей в плоскость приоритета гибкости, мобильности управления эффективностью (метод реальных опционов, концепция сбалансированной системы показателей) а также оценки альтернатив, упущенных возможностей (методы DCF, NPV, EVA). С этой точки зрения, рассмотренные методы справедливо можно назвать передовыми и в большей степени соответствующими условиям неопределенности, в которых сейчас функционирует агробизнес.

Грамотное использование подобных подходов, по нашему мнению, является важным резервом роста эффективности и является перспективой развития белорусского аграрного бизнеса. В то же время необходимым условием для этого является наличие высококвалифицированных, опытных руководителей и специалистов с развитой интуицией, способных не только поддерживать предприятия «на плаву», но и извлекать преимущества в условиях неопределенности благодаря правильным смелым решениям.

### **Список использованных источников**

1. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Колер., Дж. Муррин // М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 257 с.

2. Платонов В.В. Финансовые аспекты интеллектуального капитала / В.В. Платонов // Финансы и бизнес, 2006. – №1. – С. 104.

3. Соколова Н.А. Загадки гудвилла / Н.А. Соколова // Финансы и бизнес, 2005. – №3. – С. 68.

4. Клочко Т.А. Сбалансированная система показателей в управлении экономической устойчивостью сельскохозяйственных предприятий // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXVIII междунар. науч.-практ. конф. №28. – Новосибирск: СибАК, 2013. – 322 с.

5. Официальный сайт: Реальные опционы: очередной тупик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cfin.ru/appraisal/business/methods/ro\\_criticism.shtml](http://www.cfin.ru/appraisal/business/methods/ro_criticism.shtml) (Дата обращения: 08.03.2017).

Рожко Анастасия Сергеевна  
студентка  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»

## СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

**Аннотация.** С помощью методов экономического анализа определена взаимосвязь производительности труда и уровня его оплаты, а также степень влияния оплаты труда на рентабельность отрасли в прибыльных и убыточных организациях АПК.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, безопасность предприятия, производительность труда, оплата труда, рентабельность.

**Annotation.** By the methods of economic analysis intercommunication of the labour and level of his payment productivity, and also degree of influence of payment of labour on profitability of industry, is certain in profitable and unprofitable organizations of APK.

**Keywords:** economic security, safety of enterprise, labour productivity, payment of labour, profitability.

Эффективное функционирование субъектов хозяйствования агропромышленного комплекса гарантирует выживание, жизнедеятельность и развитие всех стран [3]. Республика Беларусь в этом отношении также не является исключением. АПК республики занимает важное место в экономике всей страны, на его долю приходится почти пятая часть валового внутреннего продукта, около 22% основных производственных средств [2]. По мере развития рыночных отношений в составе АПК по-прежнему сохраняется значимость отраслей, обеспечивающих производство сельскохозяйственного сырья, то есть непосредственно сферы сельскохозяйственного производства.

Одной из важнейших задач сельского хозяйства республики в современных условиях является обеспечение населения страны высококачественным продовольствием, то есть обеспечение продовольственной безопасности [1; 3].

Само сельское хозяйство имеет отраслевую структуру, где наибольший удельный вес занимает животноводство. На его долю в отдельных сельскохозяйственных организациях приходится более  $\frac{3}{4}$  стоимости товарной продукции.

Очевидно, что эффективное функционирование животноводства в большой мере будет способствовать развитию всего сельского хозяйства и, как результат, обеспечению экономической безопасности республики. В связи с этим, по нашему мнению, в разрезе анализа факторов экономической безопасности предприятий АПК в контексте с анализом факторов обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь следует акцентировать внимание на эффективности развития животноводческой отрасли.

В качестве показателя, характеризующего в современных условиях эффективность развития отрасли, нами выбран уровень рентабельности реализованной продукции животноводства. Так как значимая роль в развитии отрасли принадлежит эффективности использования трудовых ресурсов, нами оценено влияние производительности труда, а также уровня стимулирования труда, выраженного среднегодовой оплатой труда 1 работника отрасли, на рентабельность [4].

В качестве объекта исследования использованы сельскохозяйственные организации Витебской области Республики Беларусь. С помощью корреляционно-регрессионного анализа оценено:

- 1) влияние производительности труда на его оплату;
- 2) степень влияния обоих факторов на изменение уровня рентабельности реализованной продукции животноводства;
- 3) особенности влияния указанных факторов на результативный признак в прибыльных и убыточных организациях.

Первая модель, которая характеризует стимулирующую роль заработной платы и оптимальное соотношение её и производительности труда, по исследуемой совокупности организации имеет следующий вид:

$$y = 20,0 + 0,7x, \quad (1)$$

где  $y$  – среднегодовая оплата труда, млн руб/чел.;  
 $x$  – годовая производительность труда (производство валовой продукции на 1 работника), млн руб/чел.

Характеристики модели указывают на то, что связь между указанными показателями в уравнении существенная, средней тесноты и изменение производительности труда на 43,5% обусловлена ростом её оплаты. В свою очередь, параметры уравнения свидетельствуют о том, что прирост производительности труда на 1 млн руб/чел. вызывает в среднем увеличение среднегодовой оплаты на 0,7 млн руб/чел.

На следующем этапе составлена модель влияния производительности труда на уровень рентабельности продукции животноводства.

Она по данным изучаемой совокупности имеет следующий вид:

$$y = -19,67 + 0,18x, \quad (2)$$

где  $y$  – уровень рентабельности реализованной продукции животноводства, %;

$x$  – часовая производительность труда (производство валовой продукции на 1 чел.-ч), тыс. руб/чел-ч.

Характеристики данной модели указывают на то, что связь между указанными показателями в уравнении также существенная и имеет среднюю тесноту, а изменение производительности труда на 23,4% обуславливает рост рентабельности. В свою очередь, параметры уравнения свидетельствуют о том, что прирост производительности труда на 1 тыс. руб/чел.-ч вызывает в среднем увеличение уровня рентабельности на 0,18 п.п.

Положительное влияние на изменение уровня рентабельности оказывает также рост среднегодовой оплаты труда, о чем свидетельствует следующая модель:

$$y = -25,08 + 0,55x, \quad (3)$$

где  $y$  – уровень рентабельности реализованной продукции животноводства, %;

$x$  – среднегодовая оплата труда, млн руб/чел.

Её характеристики также указывают на то, что модель можно использовать для дальнейшего анализа. По параметрам модели можно сделать вывод о том, что рост оплаты труда на 1 млн руб/чел. вызывает в среднем увеличение уровня рентабельности на 0,55 п.п.

В разрезе групп прибыльных и убыточных сельскохозяйственных организаций Витебской области параметры уравнений регрессии приведены в таблице 1.

**Таблица 1 – Характеристики и параметры моделей связи рентабельности и оплаты труда работников животноводства по группам организаций**

Показатель	Значение		
	в среднем	прибыльные	убыточные
Множественный R	0,44	0,34	0,53
R-квадрат	0,20	0,12	0,28
F-критерий	50,2	17,1	85,2
$a$ – свободный член	- 25,08	- 0,40	- 25,52
$x$ – оплата труда	+ 0,55	+ 0,14	+ 0,40

Данные таблицы свидетельствуют о том, что среднегодовая оплата труда достаточно существенно влияет на изменение уровня рентабельности продукции животноводства, как в целом по совокупности сельскохозяйственных организаций Витебской области, так и в разрезе групп по прибыльности. Заслуживает внимания тот факт, что в убыточных организациях связь более существенная и оплата труда в большей степени воздействует на снижение убыточности отрасли.

В целом по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1) в современных условиях в сельскохозяйственных организациях Витебской области не в полной мере используется стимулирующая роль заработной платы работников животноводства;

2) рост производительности и оплаты труда оказывает положительное и достаточно существенное влияние на рост уровня рентабельности животноводческой отрасли;

3) в нерентабельных сельскохозяйственных организациях существуют значительные резервы снижения убыточности за счет повышения стимулирования труда работников животноводства;

4) повышение оплаты труда в ближайшей перспективе позволит повысить эффективность животноводства региона и, тем самым, будет способствовать сохранению экономической безопасности организаций АПК.

### **Список использованных источников**

1. Агропромышленный комплекс и экономическая безопасность страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studbooks.net/21597/ekonomika> (Дата обращения: 06.03.2017).

2. Агропромышленный комплекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studopedia.ru/> (Дата обращения: 06.03.2017).

3. Ильенкова Н.Д. Анализ факторов экономической безопасности предприятий АПК / Н.Д. Ильенкова // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ, 2013. – №3. – С. 116–118.

4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015, – 519 с.

Сапрыкина Наталья Венедиктовна  
д.э.н., профессор  
Холодова Марина Александровна  
к.э.н., доцент, зав. каф.  
ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»

## ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

*Аннотация.* В статье рассмотрен механизм государственного регулирования аграрного производства.

*Ключевые слова:* аграрное производство, продовольственное обеспечение, Госпрограмма.

*Annotation.* In article the state regulation machinery of agrarian production is considered.

*Keywords:* agrarian production, food supply, Gosprogramma.

В условиях обострения геополитической обстановки в мире, наметившийся макроэкономической нестабильности в стране, обусловленной снижением курса национальной валюты и падением цены на нефть, особую актуальность приобретает политика государственного управления экономической безопасностью регионов, стратегический вектор, которой направлен на обеспечение продовольственной независимости России.

В августе 2014 года во исполнение Указа Президента Российской Федерации был введен запрет на импорт определенного перечня продовольственных товаров из ряда зарубежных стран. Эмбарго оказало существенное влияние на ситуацию на продовольственном рынке регионов России.

Несмотря на непростую экономическую обстановку в стране основу продовольственной безопасности Российской Федерации составляет стабильное отечественное производство сельскохозяйственной продукции и продовольствия (табл. 1).

По сути дела в условиях макроэкономической нестабильности сельскохозяйственное производство является единственной точкой роста в российской экономике. По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации индекс производства продукции сельского хозяйства в 2014 г. составил 103,7%; в 2015 г. – 102,6%. Рост производства продукции сельского хозяйства обеспечили как рекордные показатели валовых сборов сельскохозяйственных культур

(в 2014 г. рост - на 5,0%; 2015 г. – на 3,1%), так и отрасли мясного животноводства (в 2014 г. рост – на 2,1%; 2015 г. – на 2,2%).

**Таблица 1 – Динамика объёма производства продукции сельского хозяйства Российской Федерации за 2008–2015 гг.\***

Показатель	Годы							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Индекс производства продукции сельского хозяйства, в% к предыдущему году	110,8	101,4	88,7	123,0	95,2	105,8	103,7	102,6
индекс производства продукции растениеводства а в хозяйствах всех категорий	118,0	98,6	76,2	146,9	88,3	111,2	105,0	103,1
в т.ч. индекс производства продукции животноводства в хозяйствах всех категорий	103,0	104,6	100,9	102,3	102,7	100,6	102,1	102,2

\* Источник: [1].

Рост отечественного производства обусловил постепенное снижение зависимости внутреннего рынка Российской Федерации от импорта отдельных видов сельскохозяйственной продукции и продовольствия и поддержание стабильных объёмов экспортных поставок. Так, если с учётом взаимной торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан в 2014 году импортировано продовольственных товаров и сырья для их производства на 8,0% меньше чем в 2013 году, то в 2015 г. объём импорта продовольственных товаров сократился на 33,7% в сравнении с 2014 г. составив 26,5 млрд дол.

В структуре импорта РФ в 2015 г. отмечено сокращение по сравнению с предыдущим годом объёмов закупок мяса свежего и мороженого на 26,7%, тогда как в 2014 г. сокращение составляло 21,5%; мяса птицы на – 44,2% против 14,1% в 2014 г.); рыбы свежей и мороженой – на 38,3 (в 2014 г. – на 16,2%); сливочного масла на 37,3%; зерновых культур – на 37,2%; консервов из мяса в 3,3 раза; масла подсолнечного в 2,6 раза; сахара сырца – на 23,9%; продуктов, содержащих какао на 44,3%. В целом, доля продовольственных товаров и сырья для их производства в общем объёме импортных поставок составила 13,9%.

Стоимость продовольственных товаров и сырья для их производства в общем объёме экспортных поставок в 2015 году увеличилась до 20 млрд долл. против 15 млрд долл. в 2014 г., что составило 40,0% от объёма экспорта российского газа (50 млрд долл.). В структуре экспорта сырья и продовольствия РФ преобладали зерновые культуры, масло подсолнечное, хлопок, соевое и рапсовое масла [1].



Достиженные результаты обусловлены пристальным вниманием государства к проблемам сельскохозяйственного производства. За последнее десятилетие в политике государственного регулирования социально-экономического развития в страны наблюдаются кардинальные изменения. Так, создана правовая база нового аграрного курса, о чем свидетельствует вступивший в силу Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», разработаны и реализуются Концепция развития сельских территорий, Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. Выбор национальных приоритетов, среди которых национальный проект «Развитие АПК» трансформировавшийся в среднесрочную, а затем и в долгосрочную Государственную программу развития сельского хозяйства на период 2013–2020 гг., способствовал положительной динамике роста качества жизни населения, развитию социальной инфраструктуры села, и обеспечению устойчивого развития аграрного производства в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт: Статистическая информация. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [m.government.ru/info](http://m.government.ru/info) (Дата обращения: 10.03.2017).

2. Лоренц А.Э. Проблема обеспечения экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sci-article.ru/> (Дата обращения: 03.03.2017).

3. Экономическая безопасность: теория, методология, практика / под науч. ред. П.Г. Никитенко, В.Г. Булавко / Институт экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2009. – 394 с.

УДК 631.11:347.42

**Свинцова Карина Андреевна**  
студентка

**УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»**

### **ВЛИЯНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАТКОСРОЧНЫХ КРЕДИТОВ**

*Аннотация.* На основе корреляционного анализа с использованием альтернативных признаков оценено влияние платежеспособности

организаций АПК на эффективность использования краткосрочных кредитов.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, платежеспособность, корреляционный анализ, оборачиваемость, краткосрочные кредиты.

**Annotation.** On the basis of the correlation analysis with use of alternative signs influence of solvency of the agrarian and industrial complex organizations on efficiency of use of short-term loans is estimated.

**Keywords:** economic safety, solvency, correlation analysis, turnover, short-term loans.

В системе экономической безопасности, которая является многоуровневой, традиционно выделяются три основных уровня:

- индивид;
- страна;
- мировая экономическая система [4, с. 64].

В связи с задачами и предметом исследования возникает необходимость дополнить данную классификацию уровнем предприятия.

Следует отметить, что экономическая безопасность основывается на результатах хозяйственной деятельности, итогом которой должно стать определение оптимального пути развития субъекта хозяйствования при наивысшей эффективности использования ограниченных ресурсов. В данных условиях экономический анализ исключает принятие интуитивных управленческих решений и обеспечивает их обоснованность.

Эффективность функционирования сельскохозяйственных организаций определяется в большой мере величиной отдачи основных видов ресурсов: земельных, трудовых, основных и оборотных средств. В настоящее время, наряду с достаточно низкой эффективностью использования трудовых ресурсов и основных средств в сельском хозяйстве, актуальной становится проблема отдачи оборотных средств. Кроме того, что оборачиваемость оборотных средств напрямую зависит от использования других ресурсов, проблема усугубляется недостатком оборотных средств для эффективного расширенного воспроизводства [3, с. 215].

По нашему мнению, особый интерес вызывает в условиях угрозы экономической безопасности влияние платежеспособности сельскохозяйственных организаций и эффективность использования краткосрочных кредитов. Это объясняется тем, что, с одной стороны, в современных условиях предприятия АПК в полной мере не могут быть обеспечены оборотными средствами без привлечения краткосрочных кредитов и займов. Возможность их получения во многом зависит

от платежеспособности организаций. С другой стороны, эффективность использования кредитов может зависеть от уровня платежеспособности.

Учитывая указанные выше положения необходимо провести анализ количественного влияния фактора платежеспособности на эффективность использования краткосрочных кредитов. Это можно сделать с помощью корреляционного анализа с использованием альтернативных признаков.

В качестве объекта исследования выбраны сельскохозяйственные организации Могилевской области Республики Беларусь за 2015 год. На первом этапе анализа определена эффективность использования краткосрочных кредитов по каждой организации с использованием показателя продолжительности оборота.

В качестве показателей, характеризующих платежеспособность сельскохозяйственных организаций, выбраны коэффициенты платежеспособности, приведенные в соответствующей Инструкции:

$K_1$  – коэффициент текущей ликвидности;

$K_2$  – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

$K_3$  – коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами [1].

С учётом нормативов, установленных для каждого коэффициента, все сельскохозяйственные организации Могилевской области были разделены на 4 группы:

1-я группа – устойчиво платежеспособные предприятия ( $K_1 \geq 1,5$ ,  $K_2 \geq 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

2-я группа – платежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 \geq 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

3-я группа – неплатежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 < 0,2$ ,  $K_3 \leq 0,85$ );

4-я группа – устойчиво неплатежеспособные предприятия ( $K_1 < 1,5$ ,  $K_2 < 0,2$ ,  $K_3 > 0,85$ ).

Результаты группировки приведены в следующей таблице.

Данные таблицы 1 указывают на наличие взаимосвязи между указанными признаками. Так от первой группы к четвертой последовательно снижается коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и возрастает – коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами. Это свидетельствует о снижении платежеспособности сельскохозяйственных организаций. При снижении платежеспособности возрастает период оборачиваемости краткосрочных кредитов.

**Таблица 1 – Взаимосвязь платежеспособности  
сельскохозяйственных организаций с эффективностью  
использования краткосрочных кредитов**

Показатель	Группы организаций по платежеспособности				Итого, в сред- нем	4-я груп- па к 1-й группе (+, -)
	1-я	2-я	3-я	4-я		
Число единиц в группе	40	28	60	1	129	-
K <sub>1</sub>	2,51	1,33	0,84	0,26	1,46	- 2,25
K <sub>2</sub>	0,49	0,25	- 0,29	- 2,91	0,05	- 3,40
K <sub>3</sub>	0,43	0,52	0,58	0,91	0,52	0,48
Продолжитель- ность оборота краткосрочных кредитов, дней	31	49	87	278	63	247

На основании данных по совокупности организаций с помощью программы EXCEL рассчитаны параметры корреляционной модели. В результате расчетов получена модель с соответствующими параметрами. Множественный R (0,940) показывает, что связь между эффективным использованием краткосрочных кредитов и учтенными в модели факторами тесная. R<sup>2</sup> (0,883) указывает на то, что факторы модели на 88,3% обуславливают изменение результативного признака. Всё это говорит о том, что полученную модель можно использовать для дальнейшего анализа.

По результатам расчетов можно составить следующее уравнение:

$$Y = 0,57 - 5,31 \times X_1 - 7,43 \times X_2 - 6,76 \times X_3$$

Таким образом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

- показатели платежеспособности организаций и использованный в процессе анализа показатель продолжительности оборота краткосрочных кредитов позволяют определить наличие угрозы экономической безопасности предприятий в отношении изменения их финансового состояния;

- для более полного анализа финансового состояния данные показатели необходимо использовать в комплексе;

- в отношении конкретных сельскохозяйственных Могилевской области следует обратить особое внимание на неустойчивое финансовое

состояние организаций четвертой группы, которое в ближайшей перспективе может вызвать их банкротство.

### Список использованных источников

1. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности объектов хозяйствования: утверждена постановлением Совета Министров Респ. Беларусь 27.12.2011 г. №140/206 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – №19. – 465 с.

2. Лоренц А.Э. Проблема обеспечения экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sci-article.ru/> (Дата обращения: 03.03.2017).

3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 519 с.

4. Экономическая безопасность: теория, методология, практика / под науч. ред. П.Г. Никитенко, В.Г. Булавко / Институт экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2009. – 394 с.

УДК 339.33

**Степанова Юлия Леонидовна**  
к.э.н., доцент кафедры менеджмента  
**Колесников Эдуард Олегович**  
магистрант  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский  
национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### РАЗРАБОТКА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** Рассмотрена сущность антикризисной стратегии развития предприятия, основные виды антикризисных стратегий развития, механизм реализации антикризисной стратегии развития.

**Ключевые слова:** антикризисная стратегия, защитные стратегии, наступательные стратегии, механизм реализации антикризисной стратегии.

**Annotation.** The essence of anti-crisis strategy of development of the enterprise, the principal anti-crisis development strategies, the mechanism of realization of anti-crisis development strategy.

**Keywords:** anti-crisis strategy, defensive strategy, offensive strategy, the mechanism of realization of anti-crisis strategy.

Негативные изменения во внешнем окружении предприятия, а также его внутренние проблемы могут привести к значительному ухудшению деятельности предприятия – снижению объёмов производства и продаж, повышению затрат, ухудшению состояния основных и оборотных фондов предприятия и, как следствие, появлению убытков. Для того чтобы избежать перечисленных негативных последствий руководство предприятия при появлении первых признаков ухудшения деятельности предприятия должно заняться разработкой антикризисной стратегии развития предприятия.

Антикризисная стратегия развития – это стратегия, направленная на оптимизацию поведения бизнеса в условиях спада в отрасли, устойчивого снижения основных финансовых показателей деятельности и угрозы банкротства.

Однако, следует отметить, что антикризисные стратегии развития бывают двух видов:

1) защитные, когда предприятие сокращает производство и сбыт, снижает расходы, увольняет персонал, закрывает подразделения;

2) наступательные, когда предприятие осуществляет модернизацию, совершенствует управление, проводит активную маркетинговую политику, использует резервы.

Защитные стратегии имеет смысл применять, если очень неблагоприятные внешние условия (например, кризисная политико-экономическая ситуация в стране), предприятие не имеет внутренних ресурсов для активных наступательных действий,

Наступательные стратегии приемлемы, если наблюдается стабильная и прогнозируемая внешняя обстановка, у предприятия имеются внутренние ресурсы для расширения и активных наступательных действий, предприятие является одним из лидеров на целевом рынке.

Антикризисная стратегия развития предприятия должна проходить три ступени. Во-первых, формируется общая корпоративная антикризисная стратегия. Во-вторых, на основе общей антикризисной стратегии прорабатываются отдельные бизнес-стратегии для каждого из имеющихся направлений бизнеса. В-третьих, разрабатываются функциональные антикризисные стратегии, в которых расписаны конкретные действия по выводу предприятия из кризиса.

Выбор стратегий на каждой из ступеней происходит по схеме последовательного отбора из совокупности всех возможных стратегий сначала допустимых стратегий, а затем – рациональных стратегий, из которых в свою очередь, осуществляется выбор наилучшей стратегии,

в максимально возможной степени соответствующей цели антикризисного управления предприятием и условиям ведения бизнеса.

Для формирования совокупности возможных стратегий, определения допустимых стратегий и предварительного отбора рациональных стратегий целесообразно применять специальные модели и методики, которые позволяют осуществлять рациональный выбор корпоративных стратегий и бизнес-стратегий. Достаточно распространенными являются модели BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, Hofer/Schendel, ADL/LC, матрица финансовых стратегий [2; 3] Ж. Франшона и И. Романа и другие.

Наилучшие стратегии выбираются с учётом совокупности критериев. При определении корпоративной стратегии на первой ступени выбора антикризисной стратегии основными критериями являются не только совместимость с целью и условиями среды, но и прогнозные (ожидаемые) показатели ROE, ROA, ROI, показывающие эффективность использования капитала с точки зрения как собственников, так и кредиторов.

Исходя из наилучшей стратегии развития предприятия в целом, по аналогичной схеме формируется совокупность стратегий на второй ступени выбора антикризисной стратегии (или бизнес-уровне). Многочисленные варианты возможных бизнес-стратегий и условия их выбора достаточно широко представлены в современной литературе. При выборе бизнес-стратегии основными критериями являются прогнозные (ожидаемые) показатели конкурентоспособности, характеризующие степень и возможность капитализации конкурентных преимуществ предприятия, такие как объём продаж, доля рынка, минимизация постоянных издержек, минимизация риска и прочие.

На третьей ступени выбора антикризисных стратегий формируется совокупность функциональных стратегий [4], исходя из состояния и динамики изменения структуры имущественного комплекса предприятия и системы управления в целом. Критериями выбора антикризисных функциональных стратегий являются показатели, прямо указывающие на доходность и высокую вероятность эффективного управления денежными потоками в краткосрочном периоде. К ним можно отнести показатели платежеспособности, рентабельности, финансовой устойчивости и другие.

Общий механизм реализации антикризисной стратегии развития представлен на рис. 1



*Рисунок 1 – Механизм реализации антикризисной стратегии развития предприятия [4]*

Рассматривая функции стратегического управления во взаимосвязи процесс эффективной реализации антикризисной стратегии можно представить как цепь непрерывных взаимосвязанных действий по анализу, планированию, организации, мотивации, контролю и регулированию (рис. 1).

Механизм реализации антикризисной стратегии представляет собой взаимосвязанную последовательность этапов, направленных на достижение антикризисных целей;

1) утверждение выбранной антикризисной стратегии, её согласование с целями организации;

2) доведение целей антикризисной стратегии до всех работников предприятия и проведение подготовительной работы с целью более быстрой и эффективной реализации антикризисной стратегии;

3) преодоление организационного сопротивления на стадии запуска стратегии;

4) обеспечение процесса реализации стратегии необходимыми ресурсами и формирование текущего и оперативного плана по достижению намеченных антикризисных целей;

5) осуществление изменений на предприятии, адекватных стратегическим целевым установкам;



6) оперативное управление реализацией антикризисной стратегии;

7) построение эффективной системы контроля и регулирования реализации антикризисной стратегии.

Выполнение вышеперечисленных действий позволит сформировать на уникальную для конкретного предприятия антикризисную стратегию, которая позволит выйти из кризисного состояния и успешно осуществлять производственно-хозяйственную деятельность в дальнейшем.

Таким образом, разработка антикризисной стратегии развития на предприятии является необходимым условием его успешной деятельности в постоянно изменяющейся внешней среде. Выбор вида антикризисной стратегии (наступательной или защитной) зависит от наличия внутренних резервов деятельности предприятия и сложившегося макро- и микро окружения предприятия. Для разработки эффективной антикризисной стратегии необходимо выполнять цепь непрерывных взаимосвязанных действий по анализу, планированию, организации, мотивации, контролю и регулированию реализации антикризисной стратегии развития предприятия.

#### **Список использованных источников**

1. Ряховский Д.И. Современные инструменты реализации антикризисных стратегий предприятий / Д.И. Ряховский, Н.Г. Акулова // Проблемы современной экономики. – №1(49). – 2014. – С. 85–91.

2. Шамина М.С. Разработка методики формирования антикризисной стратегии управления оптовой торговой организацией / М.С. Шамина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – №6. – 2011. – С. 149–157.

3. Нестеров А.Ю. Выбор антикризисных стратегий развития предприятия / А.Ю. Нестеров, Т.В. Нестерова // Теория и практика общественного развития. – №3. – 2012. – С. 294–296.

4. Мявлина Н.Ж. Разработка антикризисной стратегии предприятия / Н.Ж. Мявлина // Актуальные вопросы экономических наук. – №12–2. – 2010. – С. 255–260.

5. Вершинин А.В. Методологические подходы формирования антикризисных стратегий компании / А.В. Вершинин // Вестник Казанского технологического университета. – №3. – 2009. – С. 118–121.

Сырец Анастасия Сергеевна  
студентка  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»

## РОСТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РАСТЕНИЕВОДСТВА КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

**Аннотация.** С помощью методов детерминированного факторного анализа оценено влияние интенсивности и эффективности использования трудовых ресурсов на уровень производства продукции растениеводства.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, безопасность предприятия, производительность труда, уровень производства.

**Annotation.** Using the methods of deterministic factor analysis evaluated the influence of intensity and efficiency of use of labour resources at the level of crop production.

**Keywords:** economic security, enterprise security, productivity of labour, the level of production.

Аграрно-промышленный комплекс Республики Беларусь занимает важное место в экономике всей страны и является гарантом продовольственной безопасности страны. На его долю приходится почти 20% валового внутреннего продукта и более 20% основных производственных средств [2]. В условиях развития рыночных отношений в составе АПК основополагающее место принадлежит сфере сельскохозяйственного производства.

Для обеспечения экономической безопасности предусматривается в перспективе на уровне субъектов хозяйствования АПК обеспечить эффективное использование всех основных видов ресурсов: земельных, трудовых, основных и оборотных средств [1; 3; 5].

Как известно, все ресурсы в сельскохозяйственном производстве используются комплексно и эффективность использования одних оказывает существенное влияние на величину отдачи других. В связи с этим нами проведена оценка влияния обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов на выход продукции растениеводства с единицы площади сельскохозяйственных земель [4]. Факторная модель имеет следующий вид:

$$УП = ТО \cdot ПТ, \quad (1)$$

где  $УП$  – уровень производства продукции растениеводства, млн руб/100 га;

$ТО$  – трудообеспеченность, чел./100 га;

$ПТ$  – производство валовой продукции растениеводства в расчете на 1 среднегодового работника растениеводства (годовая производительность труда), млн руб/чел.

В качестве объекта исследования выбраны сельскохозяйственные организации Минской области Республики Беларусь. Информация приведена в разрезе отдельных районов. Определение влияния факторов проведено способом цепной подстановки и результаты анализа приведены в таблице 1.

**Таблица 1 – Относительное изменение уровня производства продукции растениеводства в разрезе районов Минской области (2015 г. в% к 2014 г.)**

Наименование района	Темп прироста уровня производства продукции растениеводства,%		
	общее	за счет ТО	за счет ПТ
Минский	24,2	-8,4	35,6
Березинский	-2,9	-5,6	2,9
Борисовский	-1,6	-2,3	0,7
Вилейский	19,6	-3,9	24,5
Воложинский	5,7	-5,4	11,7
Дзержинский	14,9	1,1	13,7
Клецкий	-1,7	-4,5	2,9
Копыльский	0,4	-3,2	3,7
Крупский	31,3	-3,3	35,7
Логойский	19,7	-8,7	31,1
Любанский	-12,9	-9,3	-3,9
Пуховичский	-4,9	-5,0	0,1
Молодечненский	12,5	0,7	11,7
Мядельский	21,2	2,2	18,5
Несвижский	10,1	-8,1	19,8
Слуцкий	-13,8	-3,7	-10,5
Смолевичский	-3,2	-18,2	18,3
Солигорский	-17,2	-9,4	-8,6
Стародорожский	-10,2	6,5	-15,7
Столбцовский	21,4	2,4	18,5
Узденский	-9,8	7,0	-15,7
Червенский	-23,4	5,3	-27,2

По данным таблицы 1 можно отметить, что в исследуемом регионе в 2015 году по сравнению с 2014 годом уровень производства продукции растениеводства увеличился в таких районах, как Минский, Вилейский, Воложинский, Дзержинский, Копыльский, Крупский, Логойский, Молодечненский, Мядельский, Несвежский и Столбцовский. По другим районам наблюдается уменьшение результативного признака. Наибольший прирост мы видим в Крупском районе, который составил 31,3%. Следует отметить, что во всех указанных районах прирост уровня производства продукции достигнут в большей степени за счет повышения производительности труда. Также рост производительности труда и соответствующее увеличение уровня производства продукции растениеводства наблюдается в Березинском, Клецком, Любанском, Пуховичском, Несвижском и Смолевичском районах. Это указывает на то, в данных районах развитие растениеводства осуществляется главным образом по интенсивному пути.

В таких районах области, как Любанский, Слуцкий, Солигорский, Стародорожский, Узденский и Червенский снижается эффективность использования трудовых ресурсов, что влечет за собой соответствующее снижение уровня производства продукции растениеводства.

Наибольшее снижение уровня производства продукции растениеводства наблюдается по Червенскому району. Поэтому оценка влияния факторов по отдельным организациям позволит определить резервы роста эффективности использования ресурсов и тем самым обеспечить экономическую безопасность района и региона в целом.

**Таблица 2 – Относительное изменение уровня производства продукции растениеводства в разрезе организаций Червенского района**

Наименование организации	Темп прироста уровня производства продукции растениеводства, %		
	общее	за счёт ТО	за счёт ПТ
РУСП «Э/б «Натальевск»	-32,4	-7,6	-26,9
СПК «Валевачи»	-31,8	18,8	-42,6
СПК «X Съезд Советов»	-41,9	-13,9	-32,5
СПК «Рованичи»	-9,8	-5,0	-5,1
СПК «Родник Игуменьщины»	-14,8	-20,0	6,5
СПК «Ляденский»	-20,2	72,0	-53,6
СПК «Запольский»	-37,0	-4,9	-33,7

Из данных таблицы 2 видно, что во всех сельскохозяйственных организациях района, за исключением СПК «Родник Игуменьщины», за соответствующий период значительно снизилась производительность труда. Наряду с этим, в таких организациях, как РУСП «Э/б «Натальевск», СПК «X Съезд Советов», СПК «Рованичи», СПК «Родник Игуменьщины» и СПК «Запольский» наблюдается уменьшение трудообеспеченности отрасли.

В целом по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1) в современных условиях в сельскохозяйственных организациях Минской области развитие растениеводства осуществляется в основном по интенсивному пути;

2) наибольшее снижение уровня производства продукции растениеводства наблюдается в районе, где значительно снизилась эффективность использования трудовых ресурсов в отрасли;

3) рост производительности труда в перспективе позволит повысить также эффективность использования земельных ресурсов и обеспечить экономическую безопасность региона.

### **Список использованных источников**

1. Агропромышленный комплекс и экономическая безопасность страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studbooks.net/21597/ekonomika/> – (Дата обращения: 09.03.2017).

2. Агропромышленный комплекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studopedia.ru/> (Дата обращения: 09.03.2017).

3. Ильенкова Н.Д. Анализ факторов экономической безопасности предприятий АПК / Н.Д. Ильенкова // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ. – 2013. – №3. – С. 116–118.

4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 519 с.

5. Экономическая безопасность: теория, методология, практика / под науч. ред. П.Г. Никитенко, В.Г. Булавко // Институт экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2009. – 394 с.

**Ткачук Петр Юрьевич**  
**к.э.н., доцент**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДОНБАССКОГО РЕГИОНА**

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы определения экономического роста, формирования факторов его образующих. Проведен анализ экономического состояния и дана оценка потенциал развития донбасского региона. Определены направления государственной политики формирования условий экономического роста донбасского экономического региона

**Ключевые слова:** экономический рост, факторы экономического роста, условия формирования экономического роста, государственная политика формирования условий экономического роста

**Annotation.** In the article the questions of determination of economic growth, the formation of the factors of its forming. The analysis of the economic condition and the estimation of the development potential of the Donbass region. The directions of the state policy of formation of conditions for economic growth economic Donbass region.

**Keywords:** economic growth, factors of economic growth, the conditions of formation of economic growth, the state policy of creating the conditions for economic growth.

Экономический рост есть объективная необходимость и следствие которое вызвано процессом развития, как отдельного человека, так и общества в целом. Разрешение этой проблемы означало поиск таких факторов развития экономики, которые обеспечили бы повышение уровня жизни при постоянном росте населения. Движущей силой экономического роста есть разрешение основного экономического противоречия между частным присвоением и общественным характером производства. И от того как будет разрешаться это противоречие и будет зависеть функционирование и развитие всей надстройки экономических отношений. И от того как будет разрешаться указанное противоречие будет зависит формирование условий роста и развития экономической системы.

На протяжении всего развития экономической мысли, проблема экономического роста находила свое отражение в трудах учёных экономистов, философов, социологов.

Изучение условий обеспечения экономического роста в различных экономических системах осуществлялось в разрезе трех базовых трендов: – моделирование и анализ механизма экономического роста рыночных систем представлены в работах Е. Домара, Р. Харрода, Р. Солоу, У. Ростоу и др. – проблематика и условия обеспечения экономического роста в странах с традиционной экономической системой подробно изучены в работах Х. Бернштейна, М. Бруно, Х. Лейбенштейна, Р. Нурксе, Дж. Мейера, Г. Мюрдаля, Д. Ленмана, П. Престона, А. Страута, Э. де Сото, М. Тодаро, Ц. Уилбера, П. Хесса, Х. Ченери и др.; – специфика механизма экономического роста в командно-административной экономической системе разработаны такими отечественными экономистами, как А. Аганбегян, А. Анчишкин, В. Камаев, А. Грановский, К. Миккульский и др. Вопросы моделирования процессов экономического роста на современном этапе разрабатывали такие отечественные учёные-экономисты, как И. Алешина, С. Кузьмин, В. Коллонтай, Р. Нуреев, Э. Обминский и др. Аспекты адаптационных возможностей применения общих макроэкономических моделей к анализу национальной модели экономического роста отражены в разработках У. Баумоля, П. Друкера, М. Вебера, В. Дорнбуша, Д. Сакса, В. Леонтьева, Р. Шмалензи. Отечественными представителям учёного сообщества в данном направлении являются такие видные экономисты, как Л. Абалкин, С. Алексеев, С. Глазьев, М. Деягин, Б. Мильнер, В. Мау, А. Илларионов, Е. Строев, О.С. Сухарев [4], В.А. Цветков [5]. Несмотря на постоянный интерес к изучению данной проблематики, тема экономического роста далека еще от полного и окончательного научного понимания. Это обусловлено её сложностью, многогранностью и непрерывными изменениями, происходящими в эволюции экономического развития общества. Сегодня по-прежнему востребованы разработки, исследования и анализ влияния отдельных факторов на экономический рост, их собственного взаимодействия и влияния на опосредованные процессы.

Целью нашего исследования является определение необходимых условий для формирования роста экономики донбасского экономического региона.

В соответствии с поставленной темой нами определены соответствующие задачи исследования:

- провести анализ экономического состояния и оценить потенциал развития донбасского региона;
- выделить факторы, которые формируют позитивное экономическое развитие;
- определить направления государственной политики формирования условий экономического роста региона.

Предметом исследования явилась система экономических отношений обеспечивающих общественное воспроизводство.

Объектом служила народнохозяйственный комплекс донбасского экономического региона.

Необходимо определить значение категории экономической рост в научной литературе.

В зарубежной экономической литературе категорию экономического роста связывают к количественной характеристикой выпуска продукции. К. Макконнелл и С. Брю отмечают, что экономический рост – это увеличение либо реального объёма продукции (ВНП), либо реального объёма продукции на душу населения [3, с. 411]. А. Томпсон трактует рост как увеличение производственных возможностей общества [1, с. 214]. П. Самуэльсон определяет сущность экономического роста как темп возрастания экономического благосостояния или национального дохода на душу населения [6]. В отечественной науке экономический рост трактуется как количественное увеличение и качественное совершенствование общественного продукта и факторов его производства. Важно отметить, что здесь имеется в виду не краткосрочное повышение или понижении объёмов производства, а их изменении в долгосрочном интервале.

Экономический рост – это увеличение потенциального объёма производства и совершенствование его факторов в виде движения от одного равновесного состояния к другому в долговременном периоде. В настоящее время экономический рост остается центральной проблемой макроэкономической политики всех государств. Разницу составляет лишь ступень, на которой находится то или иное государство и которая определяет конкретный круг проблем, связанных с экономическим ростом.

Экономический рост является процессом, который возможен при определённом действии экономических законов, которые формируют необходимые условия и предпосылки его возникновения. Движущая сила роста образуется при соответствующем разрешении противоречий между двумя сторонами экономических явлений.

По мнению проф. Сухарева О.С. [4, с. 5] совокупность факторов формирующих условия экономического роста составляют: производственно-техническая система, представленная реальными секторами и техно-логическим уровнем экономики, финансовая система, институциональная система, включающая законы, правила и модели поведения, нормы, социальная система – структура общества, определяющая уровень, качество и образ жизни населения страны, направления и возможности развития человеческого капитала (рис. 1), формирующая предпочтения потребителей, определяющая спрос, состояние здоровья и



квалификацию. Мы согласны с мнением проф. Сухарева О.С. и определяем условия возникновения экономического роста как экономическую ситуацию превалирования положительно действующих факторов над отрицательно действующими в результате разрешения экономических противоречий между сторонами экономических явлений при которой качественные и количественное увеличение основных экономических показателей становится возможным.

### Экономический рост

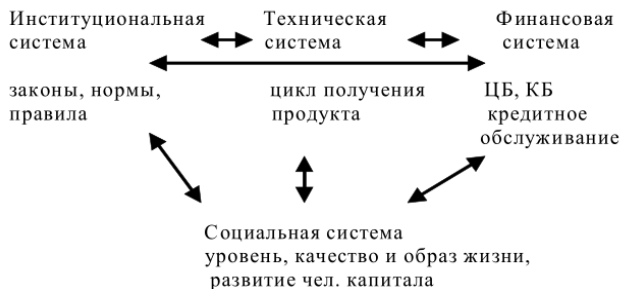


Рисунок 1 – Подсистемы экономики, обеспечивающие экономический рост

Прямым показателем экономического роста является формирование национального дохода, как вновь созданная за год стоимость (включая прибавочную стоимость) без учёта тех форм, которую прибавочная стоимость принимает в своем движении [7, с. 538]. Сферой образования национального дохода является сфера материального производства. Необходимо отметить, что на современном этапе развития экономических отношений информация стала играть определяющую роль как фактор производства, однако именно экономический механизм сферы материального производства и есть синтезирующей системой претворяющей действие всех факторов в реальный экономический эффект.

Если говорить предметно, то сфера материального производства ЛНР находится в деструктивном состоянии с переориентацией хозяйственного вектора в сторону трансграничного сотрудничества с Российской Федерацией и её партнерами.

Особенности хозяйственного комплекса Республики и военные действия привели к большой разбалансированности в развитии.

Для раскрытия потенциала условий экономического роста, мы провели определенную работу по сбору и анализу основных социально-экономических показателей развития ЛНР (см. таблицу 1).

**Таблица 1 – Основные показатели социально-экономического положения донбасского региона**

№ п/п	Показатели	Фактически за январь – октябрь 2016 г.	Темп роста (снижения),%		
			октябрь 2016 г. к		январь–октябрь 2016 г. к январю–октябрю 2015 г.
			сентябрю 2016 г.	октябрю 2015 г.	
1.	Объём реализованной промышленной продукции (товаров, услуг), млрд рос. руб.	31,4	х	х	х
2.	Производство основных видов продукции животноводства мясо (реализация скота и птицы на забой в живом весе), т	12849,6	85,3	187,2	в 3,7 р.б.
3.	Молоко, т	4268,4	86,9	108,7	128,5
4.	Яйцо, млн шт.	124,4	89,6	63,7	110,4
5.	Капитальные инвестиции, млн рос. руб.	1177,9	х	х	х
6.	Объём выполненных строительных работ, млн рос. руб.	524,5	х	х	х
7.	Грузооборот млн ткм	1089,3	103,9	х	х
8.	Пассажиروоборот, млн пас.км	531,1	100,8	х	х
9.	Объём розничного товарооборота предприятий, млн рос. руб.	10356,0	102,5	в 2,2 р.б.	в 3,1 р.б.
10.	Среднемесячная номинальная заработная плата одного штатного работника, рос. руб.	7607	100,3	140,4	147,2
11.	Задолженность по выплате заработной платы, млн рос.руб.	2390,0	101,8	63,2	х
12.	Численность населения наличное, тыс. человек	1496,2	х	х	х
13.	постоянное, тыс. человек	1491,3	х	х	х
14.	Индекс потребительских цен	х	101,7	99,9	х

Основываясь на проведенном исследовании сферы материального производства, мы делаем заключение, что денежный оборот сферы материального производства составил менее трети относительно всех других сфер так называемой надстройки.

На сегодняшний день развитие материально-технического компонента сферы материального производства ЛНР требует значительных финансовых вложений. Однако, главным источником развития производственных предприятий есть труд и ему принадлежит исключительное значение в определении экономического роста. Формирование внутреннего резерва развития трудовых ресурсов является наиболее перспективным и возможным, потому что:

- экономика республики находится в состоянии определенной экономической блокады,

- отсутствуют необходимые внутренние источники инвестирования;

- существует зависимость от внешнего финансирования.

На наш взгляд, необходим комплекс государственных мер воздействия направленный на оптимизацию структуры трудовых ресурсов, обеспечению их занятости и переквалификации, разработку мотивационного механизма труда.

Материальное производство характеризуется разрывом хозяйственных связей, остановка технологично связанных производств, промышленности, резким снижением возможности хозяйственного производства. А рынок жестко зависим от импорта и требует реструктуризации урегулированием отношений собственности, прежде всего.

В структуре объема реализованной промышленной продукции лидирует добывающая промышленность и разработка карьеров 45,8%, перерабатывающая промышленность 34%, из нее 18% производство пищевых продуктов.

Республика сохраняет высокую энергозависимость, но обеспеченность энергоресурсами удовлетворительна.

Если на 1 января 2015 года в Республике было зарегистрировано чуть более 2 000 субъектов хозяйствования всех форм собственности, то на 1 января 2017 года их зарегистрировано уже более 5200.

Перерабатывающая отрасль Республики представлена 514 предприятиями, из которых на начало 2017 г. работает 61%.

По данным Министерства промышленности и торговли ЛНР в регионе основными промышленными действующими предприятиями являются ПАО «Алчевский металлургический комбинат», «Краснодон уголь» и завод «Маршал».

Ускоренными темпами восстанавливают свою работу предприятия пищевой отрасли, каких насчитывается более 80. Из них ООО «Луганский мясокомбинат», «Каравай», завод продтоваров «Анжей», «Луганск-Нива», «Сельхозсервис», Макаронная фабрика «Милам», «Аванти» и другие – на сегодняшний день используют свои производственные мощности более чем на 60%. А такие как

«Луга-Нова» вышли на довоенный уровень производства продукции. Предприятия пищевой отрасли обеспечивают в полном объеме потребности Республики в таких продуктах питания, как хлеб и хлебобулочные изделия, мука, крупы, колбасные изделия, мясные полуфабрикаты, макаронные изделия, вода столовая, кондитерские изделия, что составляет основу продовольственной безопасности Республики. Частично республика покрывает потребности в молочной продукции, мясе птицы, яйцах.

Сельское хозяйство Республики специализируется на производстве зерновых и масличных культур, в животноводстве преобладает птицеводство. Собственным сельскохозяйственным производством республика обеспечена менее чем на треть от уровня 2013 года по стратегически важным продуктам растениеводства, мяса – 24%, молока – 8%, яиц – 53%. По основным продовольственным позициям рынок продовольствия более чем на 50% зависит от импортных поставок из Донецкой Народной Республики, Российской Федерации и Беларуси. Специалистами Министерства чрезвычайных ситуаций и ликвидации последствий стихийных бедствий Донбасского региона ведутся работы по разминированию полей сельхозпредприятий. Это позволило в 2016 году увеличить посевные площади более чем на 2000 гектар.

Импорт более чем в 10 раз превысил экспорт в 2015 году. Бюджет формируется за счет налоговых поступлений порядка 30%. Остальное – это целевое внешнее датирование.

Однако, номинальная зарплата возросла порядка 40% по отношению к 2015 году.

Сложно говорить о формировании движущих сил самостоятельных объектов роста экономики без формирования урегулированной системы собственности, хотя выделились четкие централизованные приоритеты развития без придания международной стабильности республики и урегулирования таможенных законодательств.

Решение этого повлечет за собой автоматическое решение многих социально-экономических проблем.

На наш взгляд, меры государственного воздействия должны создавать условия для действия основных экономических законов, а не перечить им. В условиях ЛНР необходимо формировать сбалансированные механизмы хозяйственных отношений которые были бы гармонично-интегрированы с хозяйственным механизмом в рамках транс-границного сотрудничества с Российской Федерацией. Это ослабит негативные последствия экономической изоляции и разрыва хозяйственных связей бывшего народнохозяйственного комплекса и экономические законы примут положительный характер действия в обеспечении экономического роста.

Введение активных мер, рассчитанных на определенный социально-экономический результат, будет постепенно нивелироваться неразрешенностью противоречия системы собственности и политической геополитической определенности. Считаем в первую очередь необходимо определенным образом решить указанные противоречия, а затем возникнут механизмы для определения условий роста экономики Донбасского региона.

Однако, необходимо отметить, что в существующих условиях экономической неопределенности, одним из факторов формирования движущих сил экономического роста ЛНР есть система трудовых отношений и воспроизводства трудовых ресурсов. В чем исключительно важную роль играет система подготовки и обеспечения кадрового потенциала Республики. Трудовые ресурсы играют важную роль в обеспечении экономического роста ЛНР. Молодежь является движущей силой, поэтому стоит обратить внимание на воспитание и формирование будущих кадров для развития нашей республики. Кадры решают все, а соответствующая система образования и духовно-нравственное воспитание молодежи смогут сформировать достойные кадры в ЛНР. Поэтому мы предлагаем сконцентрировать усилия на формирование молодых кадров.

Сейчас наблюдается восстановление, и даже развитие многих сфер деятельности Республики. Однако следует отметить, что произошел разрыв цепочки «государство-наука-образование-промышленность-производство». В настоящее время главной задачей республиканского значения является создание условий для развития научно-исследовательской организации, путем интеграции науки и производства. В качестве примера формами реализации такой интеграции должны быть научно-про-производственные комплексы, научно-инженерные центры, бизнес-инкубаторы и технологические парки, которые обеспечат взаимовыгодное сотрудничество науки и производства, а также создание жизнеспособных, коммерчески выгодных продуктов и эффективных производств на базе собственных идей и механизмов. Очевидно, что интеграция науки и производства является одним из ключевых условий инновационного развития экономик республик. Для её осуществления на сегодняшний день, возможность есть, в свете этого необходимы дальнейшая разработка, совершенствование реализации её механизмов в рамках действующего законодательства.

В ходе проведения нашего научного исследования нами определены основные направления государственного воздействия.

Главной целью этого комплекса мер является повышение качества жизни населения, развитие экономики Республики путём восстановления инфраструктуры и системы социальных услуг населе-

нию, создания благоприятных условий для ведения бизнеса, максимального использования промышленного потенциала и укрепления безопасности жизнедеятельности.

Достижение указанной цели планируется осуществить путём реализации следующих приоритетных направлений:

1. Развитие сферы материального производства путем стратегического изменения вектора производственной направленности с крупного, капиталоемкого производства промышленных товаров на производство товаров широкого потребления учитывая материально-технический потенциал региона. Это позволит проводить политику импортозамещения и снизит отток денежной массы из Республики. Пока будут существовать условия геополитической и экономической неопределенности донбасского региона, возможно создание механизмов производственного сотрудничества на давальческой основе, что снимет основные вопросы документального оформления произведенной продукции некоторых видов производств.

2. Создание условий для повышения качества жизни населения посредством доступного качественного образования, медицинского обслуживания, социальной защиты в т.ч. социальной адаптации и защиты лиц, пострадавших в результате боевых действий; услуг пассажирского транспорта; развития института семьи, патриотического, физического, нравственного воспитания молодежи, а также внедрения мероприятий по экологическому оздоровлению и охране окружающей среды; улучшения материального благосостояния населения путем создания достойных условий труда и продуктивной занятости населения.

3. Обеспечение продовольственной безопасности путем повышения эффективности земледельческого и культуры земледелия, увеличения посевных площадей, наращивания производства продукции растениеводства и животноводства, насыщения внутреннего рынка продуктами питания отечественного производства в направлении импортозамещения поставляемым в Республику товарам из Российской Федерации и Республики Беларусь.

4. Восстановление инфраструктуры и жилого фонда Республики, разрушенных вследствие военного конфликта, обеспечение стабильной работы объектов систем жизнеобеспечения путем проведения ремонтно-восстановительных работ, создание условий для использования внутренних резервов энергообеспечения (эффективное использование ветряного парка, альтернативное водоснабжение, увеличение добычи природного газа, угля и др.), замены и ремонта тепло-, водо-, электросетей.

5. Создание благоприятных условий для привлечения внутренних и внешних инвестиций, позитивного инвестиционного имиджа

Республики путем формирования нормативно-законодательной базы, направленной на установление льгот и гарантий равной защиты прав, интересов и имущества инвесторов, субъектов и участников инвестиционной деятельности.

6. Содействие восстановлению и стабилизации работы промышленного потенциала Республики посредством налаживания внутренней и внешней кооперации, повышения уровня энергоэффективности во всех отраслях материального производства и в непромышленной сфере, увеличения загрузки производственных мощностей промышленных предприятий; восстановления логистических цепочек, каналов поставок сырья; переориентации на внешние рынки сбыта готовой продукции и оказания услуг. Формирование кластерного подхода развития сферы материального производства.

7. Создание благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства путем формирования реальных механизмов государственной поддержки, упрощения ведения бизнеса и устранения административных ограничений, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности.

8. Создание условий для осуществления внешнеэкономической деятельности путем расширения экономического сотрудничества с зарубежными странами; развития таможенной деятельности, таможенно-логистической инфраструктуры и системы таможенного администрирования; усовершенствования законодательной базы и адаптации её к реальным условиям экономики; усовершенствования системы работы пунктов пропуска через государственную границу с учётом расширения внешнеэкономической деятельности.

### **Список использованных источников**

1. Томпсон Артур Экономика фирмы: учебное пособие по экономическим направлениям и специальностям / Артур Томпсон, Джон Формби; пер. с англ. под общ. ред. Шленова Ю.В., 1998. – 540 с.

2. Кондратьев Н.Д. Основные проблемы экономической статики и динамики. / Н.Д. Кондратьев. – М.: Наука, 1991. – С. 549.

3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю; Пер. с 13-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XXXIV, – 974 с.

4. Социальная основа экономического роста в России. Экономика и предпринимательство, №1 (18), январь-февраль 2011 г. – 56 с.

5. Цветков В.А. Экономический рост России: новая модель управления / В.А. Цветков, О.С. Сухарев. – М.: Ленанд, 2017. – 352 с.

6. Самуэльсон Пол Экономика: учебник, в сокр. пер. с англ. / Пол Самуэльсон. – Севастополь, изд. «Ахтиар», 1995. – 384 с.

7. Курс политической экономии. В 2-х т. – Т. I. / под ред. Цаголова Н.Л. – учеб-пособие для экономических вузов и фак. Изд. 3-е, переработ., и доп. М.: «Экономика», 1973. – 831 с.

УДК 657

**Шаповалова Светлана Михайловна к.э.н., доцент**  
**Бибикова Римма Николаевна**

**к.э.н., доцент**

**Домышева Дарина Андреевна**  
**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **О ДВУЕДИНОМ НАЧАЛЕ СТРАТЕГИИ И МИССИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** Рассмотрены философские подходы двуединого начала стратегии и миссии предприятия в непрерывной цепи причинно-следственных связей.

**Ключевые слова:** предприятие, миссия, стратегия, непрерывный цикл, причинно-следственная связь

**Annotation.** Philosophical approaches of one in two beginning of strategy and mission of enterprise are considered in the continuous chain cause-effect relations

**Keywords:** enterprise, mission, strategy, continuous cycle, continuous chain cause-effect relations.

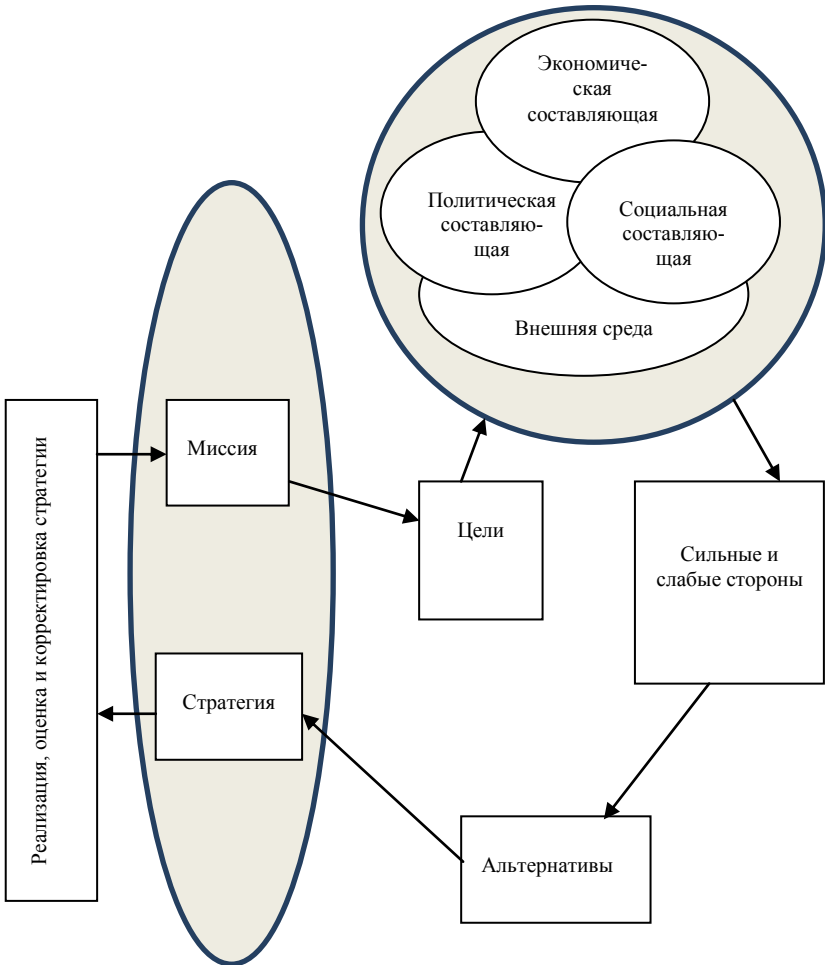
Формирование миссии и целей предприятия представляет собой сложный и многогранный процесс и является самым важным решением при планировании на предприятии. Каждое предприятие начинает свою деятельность с определения главной общей цели, которая будет четко определять причину его существования. Эта главная цель определяется как миссия предприятия (ответственное задание, роль), для осуществления которой разрабатываются все остальные цели.

До сегодняшнего дня в научно-экономической литературе едва ли можно найти ответ вопрос, что появляется прежде, чем в головах учредителей сформируется видение предназначения их бизнеса и становится ясной его цель, как происходит подсознательное формирование образа предприятия, которое в дальнейшем выходит на уровень сознательного понимания и формализуется в виде бизнес-плана.



В этом случае, похоже, необходимо найти ответ на вопрос известной дилеммы – «что первично, яйцо или курица».

Связь между миссией и целями предприятия ясна, но не совсем понятен процесс зарождения миссии (рис. 1).



*Рисунок 1 -Двуединое начало стратегии и миссии предприятия в причинно-следственном цикле*

Как видно на рисунке 1 существует сплошная причинность, бесконечный и непрерывный прогресс в цепи следственных связей. В этих причинно-следственных связях одни события могут зарождаться на остатках других событий. Начало причинно-следственной зависимости сознательно или бессознательно сливается с двуединым началом, которое зиждется на понятиях «тождество» и «непрерывность». Формирование видения предприятия может быть различным: от нескольких месяцев, до нескольких лет.

Видение некоторое время будет относиться к будущему. После достижения желаемого состояния предприятия оно будет оценено и откорректировано с учётом сформированных представлений о внешней среде, которая зависит от политической, экономической и социальной составляющих

Миссия служит ориентиром для всех последующих этапов планирования и раскрывает такой смысл существования предприятия, в котором проявляются его отличия от остальных ему подобных.

Миссия может состоять в расширении ассортимента производимой продукции, её диверсификации, завоевании рынка сбыта, в повышении качества выпускаемой продукции и т. д.

Если же предприятие выбирает такую миссию как удовлетворение потребностей потребителей, оно фактически создает себе клиентов, которые будут оказывать необходимую ему поддержку для продолжения его деятельности. Поэтому, выбирая миссию, предприятие должно четко понимать, кто его клиенты и какие потребности этих клиентов оно может удовлетворить. Клиентом в данном случае может быть любой, кто пользуется услугами предприятия и обеспечивает его ресурсами.

Предприятию не стоит часто пересматривать свою миссию из-за незначительных изменений рыночной среды. Миссию следует переопределить лишь в том случае, если она не вызывает доверия потребителей или противоречит развитию предприятия.

Цели предприятия формируются на основе миссии и являются критериями для последующего процесса принятия решений. Они должны обладать рядом характеристик.

В первую очередь цели должны быть конкретными и измеримыми, то есть точно отражать свое содержание и быть качественно и количественно определяемыми.

Ещё одной важной характеристикой является согласованность целей. Цели должны быть согласованными и взаимосвязанными между собой, а не изолированными друг от друга. Следствием несогласованности целей, может быть разноречивость в действиях, отсутствие ориентиров в принятии решений.

Такие характеристики целей как достижимость и гибкость также являются основными при их формировании. Цели должны быть реальными и достижимыми и не превышать возможности предприятия. Также цели должны обладать гибкостью, то есть поддаваться корректировке, которая обусловлена меняющимися условиями.

Следует отметить, что формируемые предприятием цели не должны противоречить друг другу, то есть действия по достижению одной цели не должны мешать достижению других целей.

Таким образом, в дилемме выявления первенства между миссией и стратегией, оказалось, что они заиклены на двуединой основе: видения и реализации этого видения. Иными словами: двуединое начало всецело связано с непрерывностью, что на первый взгляд исключает перевозданность понятия «миссия». Однако, окружение («внешняя среда») множественно/а по своему фактическому составу, причем это множество зарождается в разных пунктах пространства и в разный момент времени.

В связи с вышесказанным не стоит строить иллюзию возможности объяснения этого двуединого начала в непрерывной цепи постоянных изменений.

В попытке расчленить подвижное и множественное окружение на конкретные и единичные понятия важно сделать следующее заключение: ни одно предприятие не может начинаться без сформулированной миссии и выработанных на её основе целей, так как они являются фундаментом всех самых важных решений. Установление миссии и целей позволяет определить предназначение предприятия, обеспечить стабильность его деятельности, а также дает руководству ориентиры в принятии решений.

### **Список использованных источников**

1. Миссия и цели предприятия – Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/10\\_195410\\_lektsiya-.html](http://studopedia.ru/10_195410_lektsiya-.html) (Дата обращения: 9.02.2017).

2. Формирование миссии и целей предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stplan.ru/articles/theory/goals.htm> (Дата обращения: 10.02.2017).

**Шаповалова Ирина Николаевна**  
**старший преподаватель**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация.*** В статье рассмотрены теоретические аспекты мер обеспечения экономической безопасности предприятия: раскрыто понятие «экономическая безопасность предприятия», изучены основные принципы работы с кадрами, исследованы направления организации кадровой безопасности.

***Ключевые слова:*** экономическая безопасность, кадры, кадровые службы, кадровая безопасность.

***Annotation.*** The article reviews the theoretical aspects measures to ensure enterprise security personnel: the concept of «economic security companies, studied the basic principles of the staff, researched areas of personnel security.

***Keywords:*** economic security, personnel, personnel service, personnel security.

Современная рыночная экономика имеет недостаточно эффективный механизм взаимодействия экономических объектов на разных уровнях. Стабильность экономики предприятия предусматривает надежность элементов экономической системы, защиту всех форм собственности, создание гарантий для эффективной предпринимательской деятельности, способность к развитию и прогрессу, что обеспечивает защиту предприятия и устойчивую экономическую, особенно кадровую безопасность [1]. С одной стороны, важность экономической защищенности любой организации в динамично развивающихся экономических отношениях трудно переоценить, с другой стороны, системное решение этой проблемы остается пока трудно достижимым результатом.

Изучению вопросов, связанных с экономической безопасностью предприятия и устойчивостью экономики, было посвящено немало научных исследований.

Кириченко А.А. понимает под кадровой безопасностью правовое и информационное обеспечение процесса управления персоналом: решение правовых вопросов трудовых отношений, подготовка нормативных документов, регулирующих эти отношения, обеспечение

необходимой информацией всех подразделений управления персоналом, скорее является функциями кадровой безопасности или её задачами [3].

Козаченко А.В., Пономарев В.П., Ляшенко А.Н. в монографии «Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения», проблему экономической безопасности предприятия предлагали решать исходя из предпосылки, что степень надежности всей системы хранения информации определяется уровнем безопасности слабого её звена, которым считается персонал организации [4].

Н. Швец рассматривает кадровую безопасность как процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия через риски и угрозы, связанные с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом [5].

Анализ достижений этих учёных в решении теоретических и практических проблем экономической безопасности предприятия позволяют выделить нерешенные вопросы и определить новые направления дальнейших исследований. Так, остаются противоречия относительно определения понятия «экономическая безопасность предприятия» и его взаимосвязи с другими экономическими категориями и понятиями. Исследования отечественных и зарубежных учёных показывают, что для предприятия более важным является не избежание угрозы вообще, а умение вовремя и точно предсказать для того, чтобы принять необходимые меры. Это касается как предприятий, находящихся в кризисном состоянии, так и успешно работающих предприятий. Поэтому необходимо создание системы управления экономической безопасностью с непрерывной диагностикой состояния среды и места предприятия в нем, поскольку метод принятия управленческих решений на основе только интуиции не может в условиях растущей конкуренции обеспечить максимально эффективное функционирование субъектов хозяйствования.

Рост интереса к проблеме обеспечения экономической безопасности экономических систем обусловило возникновение различных подходов к трактовке понятия «экономическая безопасность» и более узкого «экономическая безопасность предприятия». Анализ этих подходов позволил установить, что экономическую безопасность предприятия связывают с эффективностью, конкурентоспособностью, защитой или защищенностью от угроз, с гармонизацией интересов, возможностью получения прибыли, финансовой стабильностью и тому подобное. Освещая одну из сторон изучаемого понятия, ни один из этих подходов не позволяет понять его глубинную суть и в полной мере отразить его комплексность.

Государство, регион, предприятие, как объекты безопасности в экономике, являются экономическими системами разных уровней. Общим для всех этих систем является необходимость выживания или обеспечения воспроизводства, которое связано с постоянным обновлением элементов системы и взаимосвязей между ними. Соответственно, экономическую безопасность следует рассматривать через понятия воспроизводства. Тогда, принимая во внимание характеристику трех типов воспроизводства (простого, расширенного и суженного), предлагается определение экономической безопасности как состояния экономической системы, при котором обеспечивается её расширенное воспроизводство.

Поскольку экономическая безопасность предприятия связана с жизнеспособностью экономической системы, понятным становится тесная связь этого понятия с такими экономическими понятиями как «риск», «угроза» и «кризис».

Стоит отметить, что на сегодняшний день большинство учёных соглашаются с необходимостью учёта влияния факторов внутренней и внешней среды на уровень экономической безопасности предприятия, что подтверждается предлагаемыми ими подходами к диагностике экономической безопасности предприятия. В то же время в других вопросах их взгляды отличаются.

Экономическая безопасность предприятия – это состояние предприятия как экономической системы, при котором обеспечивается расширенное воспроизводство на предприятии через решение экономических противоречий с нейтрализацией угроз и формированием и реализацией возможностей предприятия [1].

Среди факторов обеспечения экономической безопасности предприятия и управления персоналом находится кадровая безопасность как подсистема, гарантирующая стабильное и максимально эффективное функционирование предприятия и высокий потенциал развития в будущем [3].

Кадровая политика организации имеет большое влияние на кадровую безопасность предприятия; она разрабатывается собственниками, высшим руководством и кадровыми службами под влиянием комплекса внешних и внутренних факторов. На рис. 1 изображены внешние и внутренние факторы влияния на кадровую политику организации [2].

Кадровая безопасность – характеристика состояния экономической системы, при котором происходит эффективное функционирование всех её функциональных составляющих, обеспечение защищенности и способность противостояния внутренним и внешним воздействиям и угрозам, связанным с персоналом, содержательный и структурный анализ, диагностика и прогнозирование влияния деятельности персонала на внутренние и внешние показатели экономической системы [2].

Решением данной проблемы является введение в штат психологов-профессионалов, которые наряду с вопросами формирования благоприятного психологического климата также занимались бы вопросами профессионального отбора кандидатов на работу.

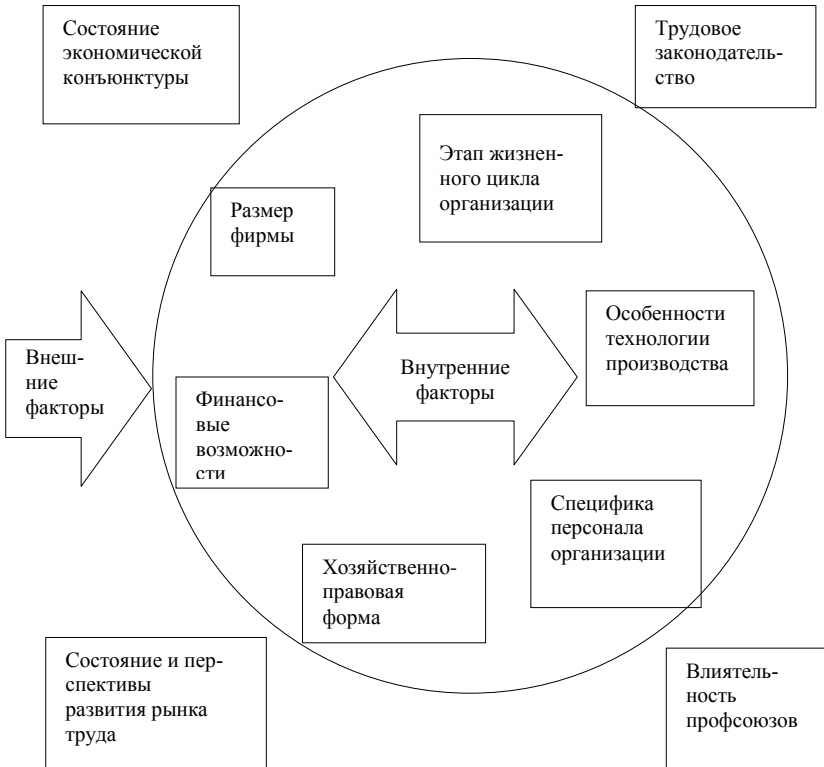


Рисунок 1 – Факторы влияния на кадровую политику организации

Работа с персоналом в рамках концепции обеспечения экономической безопасности организации должна учитывать специфику отрасли, специфику труда и его результатов, долгосрочное планирование качественного и количественного состава коллектива.

Такой подход возможен только при наличии четкой стратегии развития, сформулированной миссии и целей функционирования предприятия любого уровня и любой формы собственности. Определив для себя, чем именно занимается предприятие или организация, для чего существует и чьи потребности удовлетворяет, собственники определяют набор её элементов, их качественный и количественный состав, получают возможность избавиться от непродуктивных затрат материальных

ресурсов и времени. В рамках этого процесса выявляется желаемый образ сотрудника с необходимыми качествами, как личностными, так и психологическими, проявляется принадлежность к социальным пластам, вырисовывается так называемый образ «идеального сотрудника».

Система управления персоналом – совокупность взаимосвязанных мероприятий для создания условий нормального функционирования персонала в организации. Система управления персоналом предполагает выполнение ряда функций, каждая из которых состоит из определенных задач (табл. 1) [3].

Регулярное изучение всех категорий персонала, понимание ведущих интересов сотрудников, их объективных потребностей, истинных мотивов поведения и выбор соответствующих методов объединения отдельных индивидумов в работоспособный и слаженный коллектив – всё это в сумме позволяет руководителям решать сложные производственные и коммерческие задачи, в том числе связанные с обеспечением экономической безопасности.

**Таблица 1 – Функции и задачи системы управления персоналом**

Функция	Содержание задач по выполнению функций
Определение потребности в персонале	- планирование качественной потребности в персонале; - выбор методов расчета количественной потребности в персонале; - планирование количественной потребности в персонале.
Обеспечение организации кадрами	- изучение и анализ информации о рынке труда; - разработка и применение методов обеспечения кадрами; - отбор и деловая оценка персонала.
Развитие персонала	- планирование и реализация карьеры, служебных перемещений; - организация и проведение обучения; - создание кадрового резерва и работа с ним.
Использование персонала	- изучение содержания и результатов труда на рабочих местах; - упорядочение рабочих мест, обеспечение безопасности труда; - увольнение персонала.
Мотивация результатов труда и поведения персонала	- управление процессом мотивации трудового поведения; - привлечение персонала в процесс управления организацией; - применение нематериальных стимулов; - создание здорового морально-психологического климата.
Информационно-правовое управление персоналом	- правовое регулирование трудовых отношений; - учёт и статистика персонала, - информирование по кадровым вопросам - разработка кадровой политики.



Можно сказать, что управление таким фактором, как персонал, должно осуществляться планомерно и многосторонне, в том числе по таким направлениям воздействия, как управление мотивацией и стимулированием, обеспечение защиты информации, которой владеет персонал, повышение результативности труда путем рационального распределения обязанностей.

Перспективой дальнейших исследований может быть хронологическое изучение методов влияния внутренней и внешней среды на кадровую безопасность предприятия, способы защиты от этого влияния, разработка рекомендаций по применению эффективных методов анализа и своевременного выявления угроз кадровой безопасности предприятия, вывод модели расчета кадровой безопасности.

### **Список использованных источников**

1. Безуглая Н.С. Развитие справедливых иерархий в системе мотивации персонала для обеспечения экономической безопасности организации / Н.С. Безуглая, Н.А. Проказюк // Экономика и предпринимательство. – №5, 2014. – С. 472–477.

2. Грунин О.А. Экономическая безопасность организаций / О.А. Грунин, С.А. Грунин. – СПб: Питер, 2002. – 160 с.

3. Кириченко А.А. Менеджмент внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие. / О.А. Кириченко. – 3-е изд., Перераб. и доп. – М.: Знание-Пресс, 2002. – 384 с.

4. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения: монография / Г.В. Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко – К.: Либра, 2003. – 280 с.

5. Швец Н. Методы выявления и сохранения кадровой безопасности, или Как победить злоупотребления персонала / Н. Швец // Персонал, 2006. – №5. – С. 12–14.

УДК 657.471

**Шаповалова Светлана Михайловна к.э.н., доцент  
Денисенко Игорь Анатольевич**

**к.э.н., доцент**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В АЛГОРИТМЕ «ОБЯЗАТЕЛЬСТВО – КАПИТАЛ»**

**Аннотация.** Рассмотрены особенности функционирования предприятий в условиях неденежных расчетов. Предложен алгоритм

использования финансовых инструментов в решении дилеммы «обязательство – капитал».

**Ключевые слова:** предприятие, ресурсы, обязательство, капитал, неденежный порядок расчетов, финансовый актив

**Annotation.** The features of functioning of the enterprises in the conditions of non-cash settlements are considered. The algorithm for the use of financial instruments in solving the dilemma «the obligation or the capital» is proposed.

**Keywords:** enterprise resources, liabilities, equity, non-cash settlement procedure, the financial asset.

Собственный капитал необходим предприятию как для обеспечения доверия со стороны участников рынка (невозможно начинать деятельность без стартового капитала), так и для осуществления непосредственной деятельности самим предприятием.

Важно понимать, что финансирование деятельности только за счет собственных средств для предприятия не всегда экономически целесообразно, да и возможно. Также следует иметь в виду, что при невысоких ценах на ресурсы, оно может обеспечить более высокий уровень отдачи на вложенный капитал. В этом случае будет нецелесообразным платить за кредит, увеличивая обязательства. Однако бывают ситуации, когда возникновение обязательств неизбежно. Например, при дефиците наличности. В этой связи для предприятия зачастую необходимо ориентироваться на информацию о источниках финансирования, т.е. как на капитал, так и на обязательства [1].

Для разработки направлений совершенствования управления финансовым состоянием было исследовано предприятие, находящиеся на предприятии Луганской области ООО СФ «Агроукрптах», которое занимается выращиванием мясных пород кур и переработкой мяса птицы. Предприятие предлагает широкий ассортимент продукции из мяса птицы, а также колбасный ассортимент собственного производства [4].

Необходимость ориентирования ООО СФ «Агроукрптах» на П(С)БУ 13 «Финансовые инструменты» связана с объективной необходимостью осуществлять свою деятельность на контрактной основе. Контракт (согласно П(С)БУ 13 «Финансовые инструменты») является финансовым инструментом, который одновременно приводит возникновению (увеличению) финансового актива у одного предприятия и финансового обязательства или инструмента собственного капитала – у другого. Финансовые инструменты могут быть признанными, так и не признанными в балансе [2].

При неденежной форме расчета предусмотрено составление контракта в письменной форме, который предполагает обмен по установленной цене на конкретную будущую дату (даты), имеет определенный срок исполнения, не может быть расторгнут и изменен в одностороннем порядке [2].



Рисунок 1 – Рекомендуемый для ООО СФ «Агроукрптах» порядок применения П(С)БУ 13 «Финансовые инструменты» (алгоритм решения: обязательство – капитал)

ООО СФ «Агроукрптах» круглый год реализует цыпленка-бройлера через собственную торговую сеть, а также с привлечением торговых посредников. Поскольку торговые посредники нередко прибегают к неденежному порядку расчета, важным аспектом усовершенствования управления собственными средствами должны быть предлагаемые разработки относительно алгоритма разрешения дилеммы «обязательство – капитал» (рис. 1).

К инструментам собственного капитала относятся доли ООО СФ «Агроукрптах» и другие виды собственного капитала.

Приведенный на рисунке алгоритм решения дилеммы «обязательство – капитал» в данном случае для ООО СФ «Агроукрптах» обусловлен необходимостью использования финансовых инструментов при неденежном порядке расчета. На сегодняшний день в условиях дефицита денежных средств и отсутствия четкой привязки к банковской системе для предприятия вполне свойственен бартер, обязательство (подтвержденное ценной бумагой произвольной формы, контрактом, ломбардный кредит).

Нормы П(С)БУ 13 «Финансовые инструменты» применяются предприятиями, организациями и другими юридическими лицами независимо от форм собственности (кроме бюджетных учреждений и предприятий, которые согласно законодательству составляют финансовую отчетность по международным стандартам финансовой отчетности) [2].

Предлагаемый алгоритм позволяет снизить кредитный риск (вероятность потерь одной из сторон-составителей контракта о приобретении финансового инструмента вследствие невыполнения обязательства другой стороной) контрактной стороной которого является ООО СФ «Агроукрптах».

#### **Список использованных источников**

1. П(С) БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности» (утв. приказом Министерства финансов Украины от 07.02.2013 г. №73).

2. П(С) БУ 13 «Финансовые инструменты» (с изменениями, внесенными согласно Приказу Министерства финансов №1591 от 09.12.2011).

3. П(С) БУ 6 «Исправление ошибок и изменения в финансовых отчетах» (утв. приказом Минфина Украины №137 от 28.05.1999).

4. Официальный сайт ООО СФ «Агроукрптах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agroptaha.com> (Дата обращения: 10.02.2017).

Шевченко Виктор Иванович  
к. наук гос. упр., ассистент  
Паршутин Михаил Владимирович  
магистрант  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский  
национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

## РОЛЬ ИНФОРМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

**Аннотация.** На основании проведенного анализа обосновывается место и роль информатизации бизнес-процессов в обеспечении экономической безопасности предприятий. Рассмотрен опыт внедрения автоматизированной системы управления качеством. Отмечено, что на современном этапе преимуществом в выборе дизайна построения будут пользоваться автоматизированные системы с централизованным пунктом управления.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, управление качеством, информатизация бизнес-процессов, автоматизированные системы управления.

**Annotation.** In the article on the basis of the analysis, the place and role of informatization of business processes in ensuring the economic safety of enterprises is substantiated. The experience of introduction of the automated quality management system is considered. It is noted that at the present stage, automation systems with a centralized control point.

**Keywords:** economic safety, quality management, business process information, automated control systems.

Ситуация перманентно протекающего социального кризиса, которая на сегодняшний момент складывается в обществе, несет серьезные риски для функционирования экономической системы. Она характеризуется возникновением различного рода опасностей и угроз, нарушающих стабильную работу хозяйствующих субъектов. На фоне экономической дестабилизации возрастает относительная доля экономических преступлений, таких как хищения, мошенничество, промышленный шпионаж [5]. Углубляются процессы криминализации бизнеса, нарастает коррупция. Вовлечение предприятия в эти деструктивные процессы способно привести его к невозполнимым финансовым потерям или даже к полному банкротству.

Выходом из сложившейся ситуации может быть создание комплексной системы управления организацией в рамках концепции контроллинга. Привлекательность этой концепции состоит в том, что она подразумевает создание системы обеспечения менеджеров информацией в оптимальные промежутки времени, непрерывный контроль издержек, координацию и интеграцию различных бизнес-процессов [3]. Это повышает адаптационные возможности предприятия и его способность адекватно реагировать на внешние вызовы. С другой стороны, организация контроллинга предполагает под собой сбор и обработку больших объёмов информации, выполнение больших количеств операций, которые необходимо проделать за возможно короткое время, чтобы подготовить информацию для принятия управленческого решения. Решение столь сложных разноплановых задач возможно лишь при условии информатизации бизнес-процессов.

Таким образом, целью нашего исследования является выяснение роли информатизации бизнес-процессов в обеспечении экономической безопасности предприятия на современном этапе.

Среди множества бизнес-процессов, имеющих значение для реализации стратегии управления рисками на предприятии, первостепенное значение принадлежит процессу управления качеством [2]. Как подчеркивал Э. Деминг, доминирующее положение в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта на современном этапе принадлежит процессу управления качеством [4]. В тоже время, до сих пор среди менеджеров разного уровня к вопросу управления качеством сохраняется подход, как только к контролю качества выпускаемой продукции или услуги [3; 7].

Эта точка зрения не выдерживает критики большинства исследователей, которые к процессу управления качеством относят и такие вопросы, как правильная организация управленческих, производственных, торговых процессов, тесное взаимодействие отделов в организации, вовлеченность руководства в процесс планирования, учёта и оценки полученного результата, оптимизации подготовки персонала и повышении эффективности его использования [2; 4]. В контексте управленческой концепции контроллинга процесс управления качеством рассматривается ни как комплекс мер, направленных на контроль продукта, а как интегративную систему, определяющую качество всех бизнес-процессов предприятия. В условиях быстроменяющегося внешнего окружения это должен быть постоянный процесс адаптации. Учитывая это, нам кажется более действенным подход последовательного улучшения бизнес-процессов, разработанный и внедренный [1]. Он предполагает быстрый циклический обмен информацией в структуре

управления предприятием, который может обеспечить современная информатизационная система.

Существует множество программ для управления качеством. Некоторые из них специализируются на какой-то одной задаче управления. В частности, программы подготовки кадров: программы-тренажеры, программы для обучения и тестирования персонала и т.д. [3]. Хорошо решая однонаправленные задачи, эти программы не справляются с проблемой всеобъемлющего охвата бизнес-процессов. Более подходящими для целей контроллинга могут стать программы комплексного охвата всех бизнес-процессов, включая программы контроля качества продукции (услуги). Проанализировав работу фирмы ООО «АВИС», мы выделили основные функциональные возможности, которыми должна обладать автоматизированная система управления качеством (рис. 1).

К основной задачей автоматизированной системы управления качеством следует отнести построение системы в соответствии с международным стандартом ИСО 9001–2009 «Системы менеджмента качества. Требования» [6]. Программный продукт должен реализовывать основные требования стандарта, касающиеся обязательных процедур и записей. Это достигается посредством:

- контроля переговоров с клиентами;
- управления несоответствиями;
- проведения внутренних аудитов;
- возможности применения программы в организациях сферы услуг и розничной торговли (так как ООО фирма «АВИС» занимается производством сельскохозяйственной продукции и розничной торговлей семенами);
- создания организационной структуры;
- построения и описание бизнес-процессов;
- систематизации документации;
- учёта и анализа различных показателей (количественных, качественных, количественно - качественных);
- графического изображения деятельности;
- имитации выполнения бизнес-процессов.

Последовательность создания и реализации продукта (бизнес-процесс) всегда состоит из отдельных этапов, результатом каждого из которых является определенный под продукт, необходимый для создания конечного продукта. Бизнес можно схематично представить в виде последовательности этапов производства продукта и его обмена с клиентом на деньги.



*Рисунок 1 – Основные функциональные возможности, выполняемые автоматизированной системой в целях управления качеством и экономической безопасностью*



Для того чтобы управлять созданием качественного продукта руководству нужны данные по каждому этапу, основанные на контроле ключевых показателей. Контролируя количественные показатели результатов каждого этапа, можно управлять всем процессом в режиме реального времени. Такая схема позволит предупредить проблему на начальных этапах её развития, не давая ситуации окончательно выйти из-под контроля. В современных условиях быстроменяющейся внешней среды это необходимое условие экономической безопасности предприятия.

Как пример проанализируем с этих позиций программу «Администратор показателей» предназначенную для создания системы показателей работы компании. Эта программа позволяет отслеживать количественные результаты работы на всех этапах создания продукта. Преимуществом её является возможность быстрого реагирования на ситуацию отклонения от заданных параметров. Если на каком-то этапе что-то пошло не так, то руководитель сможет, сохранив время и деньги, эффективно справиться с ситуацией и возникшими проблемами. Во многом это возможно благодаря применению централизованного дизайна построения автоматизированной системы. Интерфейс программы «Администратор показателей» сходен с панелью управления или бортовой панелью. Она дает возможность выводить основные показатели работы бизнес-процессов на дисплей «командного пункта». Работая в режиме реального времени, словно панель управления на корабле, самолете или автомобиле интерфейсная панель программы «Администратор показателей» дает визуальную информацию в удобной для восприятия форме. Эта программа позволяет:

- создать организационную структуру предприятия с описанием функциональных обязанностей каждого сотрудника;

- описать и систематизировать должностные инструкции и регламенты, принятые в компании;

- определить основные критерии оценки деятельности сотрудников, структурной единицы и организации в целом;

- видеть области ответственности сотрудников;

- иметь четкие критерии оценки работы сотрудников на основе объективных данных;

- определять эффективность работы сотрудников;

- контролировать в режиме реального времени основные показатели деятельности каждого сотрудника, структурных единиц и всего предприятия в целом;

- рассчитать плановое задание на текущий период;

- графически сравнить фактические значения показателей и плановых заданий; - вывести на печать полученные графики;

– наглядно увидеть динамику изменения основных показателей и своевременно принять эффективные управленческие решения для их улучшения;

– одновременно отразить любое количество показателей для анализа;

– сравнить данные в абсолютном и относительном выражениях;

– определить взаимовлияющие показатели деятельности;

– своевременно найти слабые места в работе и предотвратить возможные проблемы и потери.

Внимательно проанализировав все возможности программы, можно выделить следующие её преимущества:

– систематизация документации;

– видение структуры организации и её прозрачность;

– отображение количественных показателей;

– наглядное изображение существующей ситуации в организации.

Однако, наряду с преимуществами, существуют и недостатки. Основным из них является то, что наряду с контролем количественных показателей, отсутствует возможность измерения и контроля качественных и количественно – качественных показателей. Разработчики программного продукта утверждают, что на основании введенных данных можно оперативно корректировать деятельность предприятия посредством оперативного управления (приказы, распоряжения и прочее). В тоже время, практика применения программа «Администратор показателей» доказывает, что без оценки качественных и количественно – качественных показателей в которых ситуация становится крайне затруднительно, а порой и невозможно принять адекватные управленческие решения.

Данная программа не поддерживает проведение внутренних аудитов, управление несоответствиями, имитацию процессов, учёт звонков и учёт переговоров с клиентами. Кроме того, организации, которые совмещают и производство, и торговлю, и оказывают услуги (либо только оказывают услуги) не смогут применять данную программу, так как она создана для производства и торговли.

Таким образом, как показал проведенный нами анализ, в настоящих условиях возрастает роль информатизации бизнес-процессов в обеспечении экономической безопасности предприятия. Преимуществом в выборе дизайна построения будут пользоваться автоматизированные системы с централизованным пунктом управления. Большое внимание на крупных предприятиях будет уделяться вопросам отслеживания процесса управления качеством в режиме реального времени. Стратегия развития предприятия направленная на информати-

зацию процессов управления качеством по-прежнему будет оставаться стратегией выбора. Она поможет значительно повысить эффективность работы предприятия и укрепит конкурента-способность.

Её применение даст возможность уменьшить нагрузку на персонал что позволит ему более качественно выполнять свои функции. В конечном итоге, внедрение автоматизированной системы управления качеством переведет работу по повышению экономической безопасности предприятия на качественно новый уровень.

### **Список использованных источников**

1. Азаров В.Н. Интегрированные информационные системы управления качеством / В.Н. Азаров, Ю.Л. Леохин // Европейский центр по качеству, 2012. – 24 с.

2. Асунин П.В. Оценка системы экономической безопасности предприятия / П.В. Асунин, М.Н. Волкова // Материалы IV Международной научно – практической конференции «Социально-экономические науки и гуманитарные исследования»: сб. науч. трудов: Центр научного сотрудничества, 2015. – №4. – С. 141–144.

3. Пузанков Д.В. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000–2001 в высших учебных заведениях / Д.В. Пузанков, А.В. Олейник, В.С. Соболев, С.А. Степанов // СПб ГЭТУ «ЛЭТИ», 2013. – 48 с.

4. Плужникова Н.В. Состав политики управления рисками / М.Н. Волкова, Н.В. Плужникова, П.Н. Рожков // Концепт. Спецвыпуск «Актуальные вопросы экономики и менеджмента». – 2014. – №12. – С. 4–8.

5. Волков Н.С. Управление качеством как важнейший фактор обеспечения экономической безопасности коммерческих структур. // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2015. – Т. 23. – С. 1–5.

6. Шibaев М.А. Международные стандарты качества // Воронежская государственная лесотехническая академия, 2012. – С. 32–38.

7. Яковлева Е.А. Международный маркетинг: учебное пособие / Е.А. Яковлева, М.А. Шibaев // ФГБОУ ВПО «ВГЛТА», 2012. – С. 18–23.

**Яшутина Юлия Романовна**  
**магистрант**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КАТЕГОРИЯ И КАК СВОЙСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

***Аннотация.*** Рассмотрены основные теоретические подходы к пониманию понятий конкуренция, конкурентоспособность и конкурентоспособность предприятия, а также основы организации эффективного управления конкурентоспособностью предприятия.

***Ключевые слова:*** конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, управление конкурентоспособностью.

***Annotation.*** The main theoretical approaches to understanding the concepts of competition, competitiveness and competitiveness of the enterprise, as well as the foundations for the organization of effective management of enterprise competitiveness are considered.

***Keywords:*** competition, competitive, competitive enterprise, competitiveness management.

Развитию конкурентоспособности, которая является основой стабильной деятельности предприятий, способствует мировая практика управления предприятиями, которая направлена на обеспечение долгосрочных преимуществ, используя уникальные возможности предприятий. Конкурентные отношения как механизм взаимодействия агентов на рынке задают параметры рыночной экономики, определяют функциональные зависимости в системе предпринимательских отношений, обеспечивают расширенное воспроизводство в сфере деятельности предприятия.

Конкурентоспособность является одним из существенных показателей состояния предприятия, которое определяет перспективы его развития, возможности достижения стратегических целей и заданий.

Для более успешной деятельности предприятий конкуренция на рынке республики создала сложную проблему – обеспечение устойчивых позиций на конкурентном рынке. С точки зрения межотраслевых взаимодействий конкуренция ведет к рациональному перераспределению доходов между отраслевыми предприятиями, помогает осуществить экономический отбор, поощряет сильнейших экономиче-

ских субъектов, а также направлена на формирование средней нормы прибыли.

В условиях трансграничного сотрудничества процессы конкурентной борьбы должны способствовать активизации предпринимательства, приводить к интенсификации развития экономики, обеспечивать ускоренное и рациональное применение результатов научно-технического прогресса при организации производства. Также конкуренция должна обеспечивать полное удовлетворение существующих потребностей в самой разнообразной высококачественной и конкурентоспособной продукции, услугах, позволять охранять все категории потребителей от возможного диктата производителей, помогать бороться с проявлением монополизации отдельных локальных рынков [1].

Развитие конкуренции как экономической категории, её глубокое исследование, позволило ввести в экономическое обращение ряд понятий, которые являются производными от неё, и позволяют более точно характеризовать явления и процессы конкурентной среды. Среди таких категорий (конкурентные преимущества, конкурентное положение и др.) наиболее выделяется понятие конкурентоспособность, которое стало важной самостоятельной экономической категорией [2].

Способность субъектов ведения хозяйства эффективно конкурировать с другими отображает степень их конкурентоспособности.

Однако экономическая наука не дает единой трактовки понятий категорий «конкурентоспособность» в целом и «конкурентоспособность предприятия» в частности.

Конкурентоспособность представляет собой интегральное понятие. Это, в частности, возможность успешно вести конкурентную борьбу, система реализации потенциальных возможностей, сравнительная эффективность деятельности, способность предприятия работать в выбранной сфере бизнеса, обеспечивать защиту своих инвестиций, получать доходы от них и обеспечивать рабочие места в будущем [2].

Рассматривая сущность понятия «конкурентоспособность предприятий», необходимо исходить с того, что оно должно сочетать в себе информацию о факторах, которые обеспечивают завоевание и закрепление конкурентных позиций предприятий на рынке.

Конкурентоспособность предприятий – это способность предприятия приспосабливаться к новым условиям ведения хозяйства, использовать свои конкурентные преимущества и побеждать в конкурентной борьбе на рынках продукции и услуг, наиболее эффективно используя имеющиеся ресурсы, как можно полно удовлетворяя потребности покупателя путем анализа структуры рынка и гибко реагируя на изменение его конъюнктуры, тем же максимизируя свою прибыль.

Ради повышения уровня конкурентоспособности предприятия улучшают свои экономические показатели, например, сокращают расходы по доставке своих грузов. Предприятия, которые не повышают уровня своей конкурентоспособности, не усваивают культуру общего качества, обречены на поражение. Таким образом, возможность выживания предприятия в условиях постоянной конкурентной борьбы зависит от его конкурентоспособности.

Характеристиками конкурентоспособности являются конкурентное преимущество и конкурентный потенциал, а степень её реализации является конкурентоустойчивость и конкурентная позиция. Именно конкурентное преимущество выступает в качестве залога крепкой конкурентной позиции предприятия и определяет характер его конкурентной стратегии, а также является составляющей стратегического потенциала.

Конкурентные преимущества проявляют двойственность, с одной стороны, они влияют на выбор конкурентной стратегии, а с другой, конкурентная стратегия может быть направлена на формирование конкурентных преимуществ. Высокая конкурентоспособность – это основа для содержания старых и создания новых конкурентных преимуществ, эффективного использования потенциала предприятия, успешной реализации конкурентной стратегии.

Конкурентные преимущества являются следствием и средством конкурентоспособности, стратегического потенциала, конкурентной стратегии.

Для анализа конкурентоспособности предприятия можно использовать способность предприятия реагировать на изменения внешней среды, конкурентных преимуществ и результатов экономической деятельности предприятия сравнительно с конкурентами.

К основным проблемам управления конкурентоспособностью на современном этапе можно отнести:

- нестабильность экономической ситуации в республике;
- отсутствие систем информационного обеспечения управления конкурентоспособностью;
- недостаточный уровень конкурентоспособности товаров предприятия;
- отсутствие конкурентной стратегии, ориентированной на определены целевые группы потребителей, разработанной с учётом конкурентных преимуществ и существующих возможностей предприятия;
- слабый кадровый потенциал.

Управление конкурентоспособностью предприятия должно быть направленно на преодоление или ограничение количества деструк-

тивных факторов влияния на уровень конкурентоспособности предприятия через формирование защиты против них, а также использование позитивных внешних факторов влияния для наращивания и реализации конкурентных преимуществ предприятия, обеспечение гибкости управленческих действий и решений – их синхронизации с динамикой действия негативных и позитивных факторов конкуренции на определенном рынке.

Наиболее важными направлениями политики правительства республики в сфере повышения конкурентоспособности можно определить такие:

- устранение барьеров предпринимательской деятельности, уменьшение налогового давления;
- усовершенствование законодательства в отрасли предпринимательской деятельности,
- стабилизация национальной валюты, укрепления валютно-банковской системы и прекращения оттока капиталов за границу;
- обеспечение платежеспособного спроса населения;
- поддержка правительством республики вновь созданных предприятий: создание служб информации о новейших технологиях, изменения в законодательстве, перспективные рынки сбыта;
- финансовое стимулирование инновационной деятельности предприятий относительно создания новых товаров и услуг;
- диверсификация географической структуры внешней торговли, минимизация критической зависимости от отдельных государств (рынков), укрепления экономической безопасности республики.

Таким образом, перечисленные мероприятия будут способствовать повышению конкурентоспособности предприятия и его продукции и всей экономики в целом.

Конкурентоспособность является важной характеристикой деятельности предприятия, но её повышение не должно становиться самоцелью. Необходимо ориентироваться на то, чтобы конкурентоспособность предложения, имеющихся ресурсов и менеджмента предприятия были достаточны для реализации выбранной конкурентной стратегии и получения желательных результатов деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Алещенко В.В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономических систем / В.В. Алещенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №1. – С. 106–112.

2. Головкич-Марченко І.С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» / І.С. Головкич-Марченко // Вісник економіки транспорту і промисловості №43, 2013. – С. 67–73.

### РАЗДЕЛ 3

## ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 005.32 : 159.9

Дарненко Оксана Леонидовна  
ассистент кафедры «Менеджмент организаций»  
Стрюкова Юлия Владимировна  
студентка  
Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «ДонНТУ»

### АНАЛИЗ ДОМИНАНТ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА КОЛЛЕКТИВА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В контексте данного исследования предложено использование термина «доминанта» для оценки социально-психологического климата персонала предприятия. Определен перечень доминант социально-психологического климата.

**Ключевые слова:** социально-психологический климат, доминанта, персонал, коллектив, производительность труда.

**Annotation.** In the context of this study suggested the use of «dominance» of the term to assess the socio-psychological climate in the enterprise personnel. The list of dominant socio-psychological climate.

**Keywords:** socio-psychological climate, dominant, personnel, staff, labor productivity.

Проблема эффективного управления персоналом современного предприятия в условиях дестабилизации экономики, жесткой конкуренции, ограниченности финансовых, материальных и человеческих ресурсов, а также необходимости интенсификации трудовых процессов, максимального вовлечения работников в профессиональную деятельность актуализирует вопрос формирования положительного социально-психологического климата в коллективе. Реализация данной задачи будет способствовать созданию продуктивной атмосферы, то есть определенных условий, необходимых для своевременного качественного выполнения производственных задач, развития трудового потенциала и достижению целей предприятия [1].

Социально-психологический климат является сложным многогранным явлением, которое требует объективной оценки для решения кадровых вопросов. Данной проблематике посвящены научные труды таких учёных, как: В. Белов, А. Ершов, Е. Кузьмин, Л. Королев,



Н. Мансуров, Е. Островский и др. Однако, вопросы анализа и оценки показателей, составляющих и характеризующих социально-психологический климат коллектива предприятия требует более детального исследования.

Доминанта (от лат. *dominans* – господствующий) – понятие, предложенное российским физиологом А.А. Ухтомским, обозначающее господствующий в определенный временной отрезок очаг физиологического возбуждения в центральной нервной системе, на котором происходит «переключение» раздражителей, которые обычно индифферентны в этом очага. То есть в каждый момент времени тело человека получает множество сигналов из окружающей среды, и все эти сигналы попадают в мозг [3]. Если бы нервная система реагировала на каждый сигнал отдельно, то человека бы разорвало на части от различных условных и безусловных рефлексов. Однако нервная система реагирует по принципу «один за всех и все за одного». То есть в каждый момент времени в мозгу выбирается только один очаг возбуждения (доминанта) и вся энергия других очагов передается этому очагу (при этом все остальные желания тормозятся) [2].

Опираясь на тезис о рассмотрении социально-психологического климата через призму отношений и коммуникаций в цепи «работник – коллектив – предприятие» «доминантами» социально-психологического климата являются:

- «личностная доминанта»;
- «коллективная доминанта»;
- «корпоративная доминанта».

«Личностная доминанта» отражает преобладающее влияние на состояние социально-психологического климата личностную компоненту, персональные ощущения работника, его эмоциональное состояние, отношение к собственной работе, коллектива и предприятия в целом. Данная доминанта характеризуется таким показателем как удовлетворенность индивида.

«Коллективная доминанта» иллюстрирует преобладающее влияние на качество социально-психологического климата межличностной составляющей; отношения, которые сложились в коллективе, их конструктивное или деструктивное действие на трудовые процессы. Данная доминанта характеризуется таким показателем как сплоченность коллектива, отражающий социально-психологический климат трудового коллектива с точки зрения его единства и интегрированности.

«Корпоративная доминанта» реализуется через действия руководства, направленные на создание благоприятной для продуктивной работы атмосферы, осознание целей предприятия и отождествление их с собственными целями и целями коллектива. Данная доминанта характе-

ризуется таким показателем как лояльность, который непосредственно связан с удовлетворенностью работника от работы.

Опираясь на вышесказанное, в табл. 1 приведены основные показатели, характеризующие уровень лояльности и составляют «доминанту работы предприятия».

**Таблица 1 – Показатели, оставляющие  
«доминанты работы предприятия»**

№ п/п	Показатель	Характеристика
1.	Средняя заработная плата	Соотношение фонда оплаты труда на предприятии и среднесписочной численности персонала данного предприятия
2.	Уровень дифференциации заработной платы	Соотношение заработной платы руководителя предприятия (или другой главного должностного лица) и заработной платы работника с наименьшим уровнем квалификации (или того, кто занимает самую низкую в организационной иерархии должность)
3.	Доля работников, участвующих в собственности	Соотношение численности работников, имеющих право собственности на данном предприятии (владение акциями, паями и т.д.) и общей численности персонала предприятия
4.	Кадровый резерв	Наличие перечня (группы) перспективных работников, обладающих необходимыми для замещения должностей профессиональными, деловыми, личностными и морально-этическими качествами
5.	Доля работников, включенных в кадровый резерв	Соотношение численности работников, включенных в состав кадрового резерва и общей численности персонала предприятия
6.	Процент назначений сотрудников из числа кадрового резерва	Соотношение численности работников, которые были назначены на должность из кадрового резерва и общей численности назначенных на должность работников предприятия
7.	Количество страйков	Количество забастовок, организованных работников в связи с неудовлетворенностью кадровой политикой предприятия
8.	Бюджет предприятия на обучение	Процент от ФОТ (от выручки компании, от прибыли компании)

Преведенный в таблице 1 перечень сформирован по результатам теоретического исследования сущности и состава сплоченности коллектива, а также наблюдений, осуществленных на предприятиях, которые выступили базой исследования с учётом специфики их деятельности и кадровой политики. Поэтому данный перечень не является универсальным, а наоборот имеет динамический характер.

Таким образом, социально-психологический климат является сложным явлением, качество и состояние которого характеризуется рядом показателей, объединенных тремя доминантами. Эти доминанты отражают преобладающее влияние одного из элементов, которые формируют данный климат: человека, коллектива или самого предприятия. В свою очередь они взаимосвязаны и зависимы друг от друга, поскольку время их приоритетного влияния может быть как длительным, так и совсем незначительным с резким изменением чаши весов в другую доминанту, которая либо усиливает действие предыдущей, или, наоборот, кардинально меняет вектор.

В связи с этим, целесообразно дальнейшие исследования в области разработки методик оценки как социально-психологического климата в целом, так и каждого из показателей: удовлетворенности трудом, сплоченности коллектива и лояльность.

### **Список использованных источников**

1. Социально-психологический климат коллектива [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bestreferat.com.ua/referat/detail-33116.html>
2. Удалова Е.А. Соционика в работе с персоналом, или что показывает МВТИ / Е.А. Удалова.– 2-е изд. испр. – М.: Велигор, 2007. – 152 с.
3. Ухтомский А. Доминанта / А. Ухтомский // Психология-классика. – СПб.: Питер, 2002. – С. 102–103.
4. Romanov A. Interpersonal component of socio-psychological dominant of personnel management / A. Romanov // «Economics, Management, Law: socio-economic aspects of development»: Collection of scientific articles. Т.1. – Edizioni Magi. – Roma. – Italia, 2016. – P. 221–225.

Панченко Людмила Алексеевна  
к.э.н., доцент  
Антипова Марина Владимировна  
магистр  
ГОУ ЛНР «Луганский национальный  
аграрный университет»

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРАКТИК  
УЧЁТА ОПЛАТЫ ТРУДА С МСФО №19  
«ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ РАБОТНИКАМ»**

**Аннотация.** В статье исследуются особенности учёта вознаграждений работников в современных условиях, проведен сравнительный анализ национальных практик учёта оплаты труда с МСФО №19 «Вознаграждения работникам».

**Ключевые слова:** учёт, вознаграждения, оплата труда, МСФО.

**Annotation.** In the article the features of accounting of remuneration of workers in modern conditions, a comparative analysis of national accounting practices of remuneration with IAS 19 «Employee benefits».

**Keywords:** accounting, remuneration, wages, IAS.

В мировом сообществе, при современном росте деловой международной активности и объёмов иностранных инвестиций, проблема сравнения основных положений бухгалтерских стандартов приобретает большое значение. Необходимость разработки единых стандартов финансовой отчетности была обусловлена развитием международной торговли, транснациональных корпораций, глобализации финансовых рынков. Разнообразии стандартов может сократить интернациональные потоки капитала и таким образом навредить экономическому развитию.

Выплаты работникам является наиболее весомой составляющей всех расходов предприятия, их учёт является одной из важнейших сторон учётного процесса. Поэтому актуальным вопросом является выявление общих и отличительных признаков учёта выплат работникам национальных положений (стандартов) бухгалтерского учёта и российского положения бухгалтерского учёта в соответствии с МСФО.

Теоретические и методические проблемы учёта труда и его оплаты всегда были предметом научных исследований, а именно, таких известных украинских учёных-экономистов, как: С.Ф. Голова, С.В. Ивахненко, А.Г. Завгороднего, О.Л. Семененко и др.

Существенный вклад в формирование базовых положений и концепций российской системы бухгалтерского учёта и анализа затрат

труда и его вознаграждения был внесен такими исследователями: Д. Алечиков, В. Бабич, Н. Белолипский, И. Валицкий, Н. Вейцман, А. Галаган, Э. Гильде, Е. Глейх, Л. Гомберг, Н. Гудков-Беляев, А. Додонов, К. Егоров, М. Жебрак, А. Коган, М. Козырев и др. Среди зарубежных исследователей, которым также принадлежит значительный вклад в разработку данной проблемы, следует назвать Х. Андерсона, А. Смита, Д. Рикардо, К. Маркса и т. д.

Целью статьи является анализ украинского, российского и международного стандарта бухгалтерского учёта «Вознаграждения работникам», определение целесообразности их практического применения отечественными предприятиями и разработка рекомендаций по совершенствованию системы учёта оплаты труда.

Интеграция Украины в мировое европейское пространство требует внедрения принципиально нового организационно-экономического механизма регулирования труда и его оплаты. Он должен основываться на современных прогрессивных международных стандартах методологии и организации бухгалтерского учёта, что обуславливает необходимость исследования и оценки эффективности организации учётных процессов и определение основных направлений их совершенствования.

Методологические принципы формирования в бухгалтерском учёте информации о выплатах за работу, выполненную работниками, понесенных расходах на заработную плату и её раскрытие в финансовой отчетности определяются ПСБУ №16 «Расходы» и ПСБУ №26 «Выплаты работникам». В соответствии с ПСБУ 16, расходы на заработную плату включаются в производственную себестоимость продукции (работ, услуг) и являются неотъемлемой её составляющей. Согласно ПСБУ №26, выплаты работникам включают в себя текущие выплаты, выплаты при увольнении, выплаты по окончании трудовой деятельности, выплаты инструментами собственного капитала предприятия, другие долгосрочные выплаты [2].

Проведем сравнительную характеристику ПСБУ №26 и МСФО №19 в таблице 1.

**Таблица 1 – Сравнительная характеристика ПСБУ 26 и МСБУ 19**

Критерии	П(С)БУ	МСФО	Имеющиеся отличия
Цель	Определяет методологические принципы формирования в бухгалтерском учёте информации о выплатах за работы, выполненные работниками, и её раскрытие в финансовой отчетности	Определение бухгалтерского учёта и раскрытие информации о выплатах работникам	МСФО №19 не даёт полного раскрытия информации о выплатах работникам в примечаниях к финансовой отчетности
Сфера применения	Применяется работодателями-предприятиями, организациями, другими юридическими лицами независимо от формы собственности (кроме бюджетных учреждений)	Применяется работодателем при учёте всех выплат работникам, за исключением тех, к которым применяется МСФО №2 «Платеж на основе акций»	Так как в Украине принят ПСБУ 34 «Платеж на основе акций», целесообразно внести поправки в П(С)БУ №26 «Выплаты работникам» относительно его действия на выплаты на основе долей в капитале
Состав выплат работникам	Текущие выплаты, выплаты при увольнении, выплаты по окончании трудовой деятельности, выплаты инструментами собственного капитала предприятия, другие долгосрочные выплаты	Краткосрочные вознаграждения (заработная плата по окладам и тарифам, выплаты за неотработанное время, премии и другие поощрительные выплаты), долгосрочные вознаграждения (отложенные компенсации, оплата долгосрочных пособий по нетрудоспособности), вознаграждения по окончании трудовой деятельности (различные виды пенсионного обеспечения, другие обязательства предприятия, которые оно принимает на себя в отношении своих бывших работников), выходные пособия, компенсационные выплаты долевыми инструментами (акции, опционы на акции и прочие долевыми инструментами) [1]	В П(С)БУ выделены обязательства по выплатам инструментами собственного капитала предприятия, которые определяются и признаются в соответствии с П(С)БУ №13 «Финансовые инструменты»

Рассматривая методологические подходы по учёту вознаграждений работникам, то заметно существенное различие в международной (МСФО) и российской (ПБУ) учётной практике. В России еще не разработано единое ПБУ, регламентирующее учёт и отражение в отчетности обязательств по оплате труда и социальному обеспечению [3].

В таблице 2 проведем сравнительную характеристику методологии учёта вознаграждений работникам в международной и российской практике.

**Таблица 2 – Сравнительная характеристика методологии учёта вознаграждений**

Идентификация объекта учёта	ПБУ	МСФО
Экономическое содержание объекта учёта	Фонд заработной платы (основная и дополнительная), выплаты социального характера, расходы, не учитываемые в фонде заработной платы и выплатах социального характера	Краткосрочные вознаграждения (заработная плата по окладам и тарифам, выплаты за неотработанное время, премии и другие поощрительные выплаты), долгосрочные вознаграждения (отложенные компенсации, оплата долгосрочных пособий по нетрудоспособности), вознаграждения по окончании трудовой деятельности (различные виды пенсионного обеспечения, другие обязательства предприятия, которые оно принимает на себя в отношении своих бывших работников), выходные пособия, компенсационные выплаты долевыми инструментами (акции, опционы на акции и прочие долевыe инструменты)
Нормативно-правовое регулирование объекта учёта	Система нормативно-правового регулирования бухгалтерского учёта расходов на оплату труда и отчислений на социальные нужды	МСФО №19 «Вознаграждения работникам»
Используемый счет по учёту вознаграждений	Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»	Самостоятельно разрабатываемая система счетов в организации
Оценка вознаграждений	Недисконтированная стоимость	Недисконтированная стоимость, дисконтированная стоимость, справедливая стоимость
Отражение в отчетности информации о вознаграждении работникам	Информация о задолженности перед персоналом организации раскрывается в финансовой, налоговой и статистической отчетности	Требования к раскрытию информации в финансовой отчетности разработаны по каждой из пяти групп выплат

Таким образом, применяемый в Украине стандарт П(С)БУ №26 «Выплаты работникам» во многом дублирует одноименный МСФО №19, что делает целесообразным его использование в национальном масштабе. Украинский вариант учёта отличается аналитичностью, ясностью изложения, доступностью в практическом применении, обеспечивает тождественность аналитического учёта с данными синтетического. Таким образом, можно сделать вывод, что в П(С)БУ №26 «Выплаты работникам» информация представлена в более сжатом виде, что позволяет сократить время на изучение стандарта и облегчает работу бухгалтера.

Анализ МСФО №19 «Вознаграждения работникам» показывает, что российский аналог МСФО, проект ПБУ «Учёт вознаграждений работникам» имеет ряд недоработок, но, несмотря на это, утверждение данного ПБУ должно исключить существенный пробел нормативной базы бухгалтерского учёта, приблизить его к международным стандартам финансовой отчетности и повысить её достоверность.

#### **Список использованных источников**

1. МСФО №19 «Вознаграждения работникам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>
2. Положение (стандарт) бухгалтерского учёта №26 «Выплаты работникам», утвержденное Приказом Министерства финансов Украины №601 от 28.10.2003 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.ua>
3. Проект ПБУ «Учёт вознаграждений работникам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.minfin.ru/PBU\\_Voznagrazhdeniya\\_rabotnikam.pdf](http://www.minfin.ru/PBU_Voznagrazhdeniya_rabotnikam.pdf)

УДК 316.334.22

**Ретивцев Игорь Владимирович**  
ассистент кафедры менеджмента  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

#### **УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИЙ ЛИДЕРСТВА В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация.* В данной статье рассматривается сущность понятия лидерства через всё многообразие классических и современных популярных научных теорий, основанных на разных методиках и



подходах. Также рассматриваются наиболее популярные теории получившие применение на практике. В частности сделан вывод о том, что на постсоветском пространстве практическое применение теорий связанных с развитием лидерских качеств у представителей сферы бизнеса, нуждается в поддержке со стороны науки.

**Ключевые слова:** лидерство, стили лидерства, теории лидерства.

**Annotation.** This article deals with the essence of the notion of leadership through all the variety of classical and modern popular scientific theories, based on different methods and approaches. Also considered are the most popular theories that have been applied in practice. In particular, it was concluded that in the post-Soviet space the practical application of theories related to the development of leadership qualities among representatives of the business sector, needs the support of science.

**Keywords:** leadership, leadership styles, leadership theory.

С большой долей уверенности есть основания полагать, что история изучения проблемы лидерства в человеческом обществе по своей продолжительности равна истории самого человечества. Такое предположение допустимо и с учётом того факта, что в среде животных, также существует аналогичная проблема, но в крайне упрощённом виде, т.е. лишь на практическом уровне без возможности её осмысления.

Поэтому со времён, донёсших до нас легенды первых мыслителей человечества, вопрос о природе лидерства был более чем актуален. Этот вопрос интересовал Конфуция, Аристотеля, Платона, Макиавелли, Карлейля, Гальтона, Ницше и других известных философов и мыслителей. Интересным является тот факт, что исторически философы связывали лидерство с определёнными мистическими качествами, которыми обладали отдельные личности, и этой теории сейчас дано название «великого человека».

Именно теория «великого человека» и была положена в основу теории лидерских качеств, появившаяся в 20-м столетии. Тогда же появилось и множество других известных теорий, которые в настоящее время принято называть классическими теориями лидерства. К ним в частности относят теорию лидерских качеств, поведенческую теорию Курта Левина, а также целый ряд ситуационных теорий как с акцентом на поведении, так и с акцентом на характеристиках [21]. Также, к ним относят теорию Фидлера, теорию «путь-цель» Хауза-Митчелла, модель континуума лидерского поведения Танненбаума-Шмидта, а также модель принятия решений Врума-Йеттона-Яго. Позже Керром и Джермейером была предложена теория «заменителей лидерства». Авторы полагали, что при выполнении определённых условий в организации, наличие лидера является излишним [23].

Современная научная мысль продолжила развитие классических теорий, а так же и предложила явно новые. В частности, такие теории как теории сложных систем лидерства, неврологические исследования лидерства, коннективизм, электронное лидерство.

В современном мире бизнеса вопрос о лидерстве не перестал быть актуальным. Исходя из результатов проведенного в США 2013 году исследования, только 30% сотрудников компаний действительно были заинтересованы и активно вовлечены в производство качественной работы, 50% слабо вовлечены и 20% сотрудников работали в контрпродуктивных целях, подрывая тем самым авторитет работодателя. Такие сотрудники обходятся экономике США в полтриллиона долларов ежегодно.

В данном исследовании внимание обращено на возможность практического применения методик развития лидерских качеств, с целью обеспечения развития кадрового потенциала организации.

Следует отметить, что современные теории лидерства, прежде всего рассматривают лидера с точки зрения его управленческой эффективности, в условиях поступательного ускорения экономических и социальных процессов, тесно связанных с глобализацией, а также в условиях растущей конкурентной борьбы, в связи с перепроизводством продукции и борьбой за ресурсы.

Ключевые типы современных теорий лидерства целесообразно структурировать по следующим тематикам.

Теории информационного процесса – включают теории, рассматривающие когнитивные подходы в принятии решений, коннективистские концепции и теории «лидер-последователи». Примеры: работы Лорда и Шондрика [12].

Диспозиционные теории или теории лидерских качеств – включают подходы, основанные на классической теории, а так же теории управленческих атрибутов, компетенций, теории ситуационной относительности навыков и теории, демонстрирующие индивидуальные специфические качества лидеров. Примеры: исследования Заккаро [19].

Неохаризматические теории – включают харизматическое и трансформационное лидерство и работы, связанные с влиянием харизмы. Примеры: исследования Мумфорда [14].

Теории социального обмена и относительного лидерства – включают теорию обмена «лидер – члены команды», теорию «вертикальной связи с двумя типами команд», а так же идею «двигателя лидерства» Тичи и «трубопровода лидерства» Чарана [17].

Классические поведенческие теории получают новое развитие [19]. В частности это теории, основанные на влиянии поощрений и наказаний на работу последователей и группы целиком.

С появлением транснациональных корпораций актуальность получили исследования этических и культурных теорий лидерства. Такие подходы акцентируются на кросскультурных процессах, протекающих в мультинациональных компаниях, а также работы, базирующиеся на исследованиях особенностей лидерского поведения меньшинств [6].

Ситуационные теории или теории обстоятельств. В частности, появилось большое количество теорий, рассматривающих ситуационные переменные и их влияние, в т.ч. жизненного цикла лидерства, многосвязных моделей, теории адаптирующегося лидера, спиральная динамика [20].

Контекстуальное лидерство в отличие от ситуационного, рассматривает примеры лидерского поведения в конкретном контексте [15].

Теории поведения последователей ставят в основу природы лидерства именно поведение последователей [2].

Теории «власти и влияния» рассматривают различные источники власти, в качестве пути к лидерству [16].

Теории, рассматривающие топ-менеджеров и их ключевое влияние на организационную эффективность. Данные теории в своей основе содержат принципы стратегического лидерства [18].

Теории «командного лидерства» [13], а аналогично как и теории «разделяемого лидерства» Брэдфорда, «горячих групп» и «связующего лидерства» Липмана и Блюмена [23].

Теории сложных систем в лидерстве, базирующиеся на теории хаоса и катастроф [1].

Теории, основанные на развитии лидерских навыков, а так же теория «гибкости лидерства» [10].

Теории, основанные на эмоциональном лидерстве, в т.ч. теория Гоулмана [22].

Теории, основанные на самоидентификации лидерства, в т.ч. учения Хогга [9], использующие в своей основе теории самоидентификации и самооценки.

Теории, альтруистического лидерства, что рассматривают в качестве основы служение и духовное наставничество лидеров [11].

Теории, основанные на ведущей роли изменений и - управления творчеством [12].

Теории, основанные на особенностях качеств лидеров с точки зрения генетики, а также теории фиксирования механизмов влияния эмоций и поведения лидера с помощью ЭЭГ и МРТ [3].

Теории, основанные на электронном лидерстве или виртуальном лидерстве, которые рассматривают влияние лидера через

социальные сети, электронные коммуникации и высокотехнологичные творческие задачи [8].

Теории, основанные на деструктивном лидерстве, рассматривающее недопустимое и отравляющее поведение лидера и его влияние на последователей [7].

Приведённый список является достаточно красноречивым с точки зрения акцента на большой перечень подходов и нюансов к вопросу о лидерстве, в частности наличия большого количества факторов, которые лежат в основе данного понятия.

Такой вывод следует из того, что суть понятия лидерства является в значительной степени многогранной субстанцией и может быть по-разному реализована через множество разнообразных направлений развития личности, которая изначально наделена определёнными наборами качеств.

Также следует обратить внимание на тот факт, что лишь часть приведённых выше теорий о лидерстве имеют экспериментальное подтверждение, основанное на результатах, собранных в ходе объективно проведённых экспериментов. Другая часть работ имеет лишь теоретические обоснования. Кроме того, часть теорий на практике применять достаточно сложно.

С точки зрения практического применения, наиболее популярной концепций является теория трансформационного и транзакционного лидерства предложенная Бёрнсом. В соответствии с этой теорией, разработаны пятифакторные опросники личности Р. МакКрае и П. Коста, с помощью которых определяется степень выраженности таких показателей как: нейротизм, экстраверсия, открытость к опыту, согласие и сознательность. В частности, чем выше конкретный субъект демонстрирует четыре последних показателя и чем меньше проявлен первый показатель, тем в большей степени выражен трансформационный тип лидера.

На Западе считается нормой прибегать к услугам центров корпоративного обучения, которые осуществляют специальные тренинги лидерских качеств, используя как наиболее признанные теории, так и собственные наработки. Деятельность большинства тренинговых центров связана с обучением руководителей вовлекать сотрудников в рабочий процесс. Т.о. вопрос о командном лидерстве является в Западном мире наиболее актуальным для бизнеса.

Следует отметить, что востребованными на Западе являются и другие практические методики связанные с вопросами развития лидерских качеств. В частности теория «Лидерство голубого океана», где используется концепция «голубых океанов», ранее получившая популярность среди маркетологов. Востребована и практика связанная с

теорией «спиральная динамика» Стива Кована и Дона Бека [20]. Востребована практика на основе теории Врума-Йетона-Яго, атрибутивного лидерства, а также теории качеств, теории социального обмена, теории контекстуального лидерства, теории, сфокусированные на последователях.

На основании приведённого исследования можно сделать вывод, что на настоящее время существуют значительное количество теорий связанных с понятием лидерства, что в практическом плане, прежде всего, интересно именно с точки зрения развития кадрового потенциала предприятия.

При этом наряду с классическими теориями появляются и новые, в значительной степени неординарные и неоднозначные, в т.ч. неврологические исследования, электронное лидерство, коннективизм, теории сложных систем в лидерстве. При этом классические теории продолжают своё развитие. Так, актуальным остаётся и ситуационный подход, и поведенческий анализ, харизматическое и трансформационное лидерство.

Однако практическое применение получают только немногие из общего числа теорий. Тем более, очевидным является тот факт, что в ближайшее время мы не получим ответ на вопрос об интегральном подходе к лидерству, т.е. об объединении в единое целое базовых теорий о лидерстве.

Также следует отметить, что в отличие от Запада, на постсоветском пространстве практическое применение теорий лидерства с целью развития кадрового потенциала предприятия является для бизнеса далеко не самым актуальным вопросом.

Поэтому, именно наука должна стать катализатором, который сможет активизировать процесс практического применения теорий связанных с развитием лидерских качеств в сфере бизнеса.

#### **Список использованных источников**

1. Avolio B.J. Promoting more integrative strategies for leadership theory-building / B.J. Avolio // *American Psychologist*, Vol. 62(1), Jan 2007. – P. 25–33.

2. Bligh M.C. Followership and follower-centered approaches. In A. Bryman, D. Collinson, K. Grint, B. Jackson, & M. Uhl-Bien (Eds.), *The SAGE handbook of leadership*, 2011. – P. 393–403.

3. Boyatzis R.E. Examination of the neural substrates activated in memories of experiences with resonant and dissonant leaders / R.E. Boyatzis, A.M. Passarelli, K. Koenig, M. Lowe, B. Mathew, J. K. Stoller, et al. // *The Leadership Quarterly*, 2012. – Vol. 23, – P. 259–272.

4. Carson J.B. Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance / J.B. Carson, P.E. Tesluk, & J.A. Marrone // *Academy of Management Journal*, 2007. – Vol. 50, – P. 1217–1234.

5. Denis J.L. The dynamics of collective leadership and strategic change in pluralistic organizations / J.L. Denis, L. Lamothe & A. Langley // *Academy of Management Journal*, 2001. – Vol. 44. – P. 809–837.

6. Eagly A.H. Diversity and leadership in a changing world / A.H. Eagly & J.L. Chin // *American Psychologist*, 2010. – Vol 65. – 216 p.

7. Einarsen S.I. Destructive leadership behavior: A definition and conceptual model / S.I. Einarsen, M.S. Aasland & A. Skogstad // *The Leadership Quarterly*, 2007. – Vol.18. – P. 207–216.

8. Golden T.D. The impact of professional isolation on teleworker job performance and turnover intentions: Does time spent teleworking, interacting face-to-face, or having access to communication-enhancing technology matter? / T.D. Golden, J.F. Veiga & R.N. Dino // *Journal of Applied Psychology*, 2008. – Vol. 93. – P. 1412–1421.

9. Hogg M.A. A social identity theory of leadership. / M.A. Hogg // *Personality and Social Psychology Review*, 2001. – 5. – P. 184–200.

10. Joiner B. Leadership Agility: Five Levels of Mastery for Anticipating and Initiating Change / B. Joiner, S. Josephs, 2007.

11. Liden R.C. Servant leadership: Development of a multidimensional measure and multi-level assessment. *The Leadership Quarterly* / R. C. Liden, S. J. Wayne, H. Zhao & D. Henderson, 2008. – Vol. 19. – P. 161–177.

12. Lord R.G. Leadership and knowledge: Symbolic, connectionist, and embodied perspectives / R. G. Lord & S. J. Shondrick // *The Leadership Quarterly*, 2011. – Vol. 22. – P. 207–222.

13. Mehra A. Distributed leadership in teams: The network of leadership perceptions and team performance / A. Mehra, B.R. Smith, A. L. Dixon & B. Robertson // *The Leadership Quarterly*, 2006. – Vol. 17. – P. 232–245.

14. Mumford M.D. Charismatic, ideological, and pragmatic leadership: Multi-level influences on emergence and performance / M.D. Mumford, A.L. Antes, J.J. Caughron, & T.L. Friedrich // *The Leadership Quarterly*, 2008. – Vol. 19. – P. 144–160.

15. Porter L.W. Leadership and the organizational context: Like the weather? / L.W. Porter, & G.B. McLaughlin // *The Leadership Quarterly*, 2006. – Vol. 17. – P. 559–576.

16. Treadway D.C. Leader political skill and employee reactions / D.C. Treadway, W.A. Hochwarter, G.R. Ferris, C.J. Kacmar, C.Douglas,

A.P. Ammeter, et al. // The Leadership Quarterly, 2004. – Vol. 15. – P. 493–513.

17. Uhl-Bien M. Relational leadership theory: Exploring the social processes of leadership and organizing / M. Uhl-Bien // The Leadership Quarterly, 2006. – Vol. 17. – P. 654–676.

18. Vera D. & Crossan M. Strategic leadership and organizational learning / D. Vera & M. Crossan // Academy of Management Review, 2004. – Vol. 29. – P. 222–240.

19. Zaccaro S.J. Trait-based perspectives of leadership / S. J. Zaccaro // American Psychologist, 2007. – 62 p.

20. Бек Д. Спиральная динамика. Управляя ценностями, лидерством и изменениями в XXI веке / Д. Бек, К. Кован // Бест Бизнес Букс, 2010. – 419 с.

21. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Инфра-М, Магистр, 2010. – 576 с.

22. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе / Д. Гоулман // М: Манн, Иванов и Фербер, Working with Emotional Intelligence, 2013.

23. Филонович С.Р. Теории лидерства в менеджменте: история и перспективы / С.Р. Филонович // Российский журнал менеджмента, 2003. – №2. С. 3–24.

УДК 349.2

**Северцова Татьяна Вячеславовна**  
**старший преподаватель**  
**УО «Белорусская государственная орден**  
**Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени**  
**сельскохозяйственная академия»**

## **О ПОощРЕНИЯХ И НАКАЗАНИЯХ РАБОТНИКОВ КАК МЕРАХ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА**

***Аннотация.*** В работе проанализировано действующее трудовое законодательство Республики Беларусь, регулирующее отношения по поводу привлечения работников к дисциплинарной ответственности и о поощрениях работников. Так же внесены предложения по улучшению сочетания мер поощрения и наказания как одних из способов укрепления трудовой дисциплины.

***Ключевые слова:*** работник, наниматель, поощрение, трудовая дисциплина, дисциплинарная ответственность, замечание, выговор.

***Annotation.*** The paper analyzed the current labor legislation of the Republic of Belarus, regulating relations concerning the involvement of em-

ployees to disciplinary action and promotions professionals. Similarly, proposals to improve the mix of incentives and penalties as one of the ways to strengthen labor discipline.

**Keywords:** employee, employer, promotion, labor discipline, disciplinary responsibility, comment, reprimand.

Согласно Постановлению Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 28 июня 2012 года №4 «О практике применения судами законодательства о трудовой дисциплине и дисциплинарной ответственности работников» трудовая дисциплина является одним из условий повышения эффективности производства и качества работы [6]. Поэтому для каждого нанимателя важно обеспечивать у себя и поддерживать на должном уровне трудовую дисциплину работников. А способов поддержания и укрепления трудовой дисциплины может быть несколько. Остановимся подробнее на мерах поощрения, которые наниматель вправе применить на добросовестных работников, а также на мерах дисциплинарных взысканий, которые могут быть наложены нанимателем на нерадивого работника.

Как указывает А.А. Греченков под методами обеспечения трудовой дисциплины понимаются предусмотренные законодательством и локальными правовыми актами способы воздействия на основных субъектов трудового права – работников и нанимателей (уполномоченных должностных лиц нанимателей), – обеспечивающие надлежащее выполнение ими своих трудовых обязанностей.

Обычно выделяются два метода обеспечения трудовой дисциплины: убеждение и принуждение.

Убеждение является важнейшим и первостепенным методом обеспечения трудовой дисциплины. Правовой формой реализации данного метода выступают поощрения за труд, предусмотренные законодательством и локальными нормативными правовыми актами [7, с. 239].

Обратим внимание на то, что форм поощрения работников может быть множество. Так, на общереспубликанском уровне действует Закон Республики Беларусь от 18 мая 2004 года №288–З «О государственных наградах Республики Беларусь», который и устанавливает систему государственных наград: звание «Герой Беларуси», ордена Республики Беларусь, медали Республики Беларусь, почетные звания Республики Беларусь [2, ст. 1].

Кроме названного закона, огромная роль в установлении и применении на местном уровне мер поощрения работников отводится локальным правовым актам: местным (отраслевым) соглашениям, коллективным договорам, правилам внутреннего трудового распорядка.



В одном из разделов коллективного договора либо в приложении к нему у нанимателя может быть разработана система премирования работников.

Также у каждого нанимателя должны быть разработаны и утверждены правила внутреннего трудового распорядка, которые основываются на Типовых правилах внутреннего трудового распорядка, утвержденных Постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 05 апреля 2000 года №46 [5]. Одним из разделов правил внутреннего трудового распорядка является раздел «Поощрения за успехи в труде». И здесь можно расширить круг мер поощрения и предусмотреть поощрения как материального (ценные подарки, премии), так и морального характера (объявление благодарности, вручение почетной грамоты).

Кроме этого Трудовой кодекс Республики Беларусь (далее – ТК) наделяет нанимателя правом предоставлять работникам дополнительный поощрительный отпуск до пяти календарных дней. Дополнительные поощрительные отпуска устанавливаются в таком случае коллективным договором, соглашением (каким категориям работников, за какие успехи в работе, какой продолжительности) или персонально в трудовом договоре [1, ст. 160].

Правовой формой реализации метода принуждения являются меры дисциплинарного взыскания и иные меры дисциплинарного воздействия, предусмотренные законодательством и локальными нормативными правовыми актами [7, ст. 239].

Так ТК предусматривает три меры дисциплинарного взыскания для работников с общей дисциплинарной ответственностью: замечание, выговор и увольнение [1, с. 198].

Кроме этого Декретом Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2014 года №5 «Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций» была введена четвертая мера дисциплинарного взыскания: лишение полностью или частично дополнительных выплат стимулирующего характера на срок до 12 месяцев [3, п. 3.3].

Помимо названных мер дисциплинарного взыскания либо независимо от их применения наниматель имеет право применить к работникам меры правового воздействия: лишение премий, перенос отпуска на другое время и другие. Однако необходимо, чтобы такие меры правового воздействия были предусмотрены в коллективном договоре или правилах внутреннего трудового распорядка [6, п. 6].

Ещё одной мерой, стимулирующей большую ответственность работников за результаты своего труда, является предоставленное нанимателю право заключать контракты на срок не менее одного года с

работниками при приёме на работу. Такое право было установлено Декретом Президента Республики Беларусь от 26.07.1999 г. №29 «О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины» [4, п. 1].

Таким образом, как видно из вышеизложенного в Республике Беларусь трудовым законодательством установлен ряд мер, как поощрительного, так и карательного плана, направленных на укрепление трудовой дисциплины. Законодательство продолжает совершенствоваться и вводятся новые меры дисциплинарного взыскания. И ещё немаловажная роль отводится локальному регулированию дисциплины труда: через включение в коллективный договор и правила внутреннего трудового распорядка мер стимулирования труда и мер правового воздействия на работников. Главное в правоприменительной деятельности выбрать правильное направление и грамотное сочетание перечисленных мер.

### **Список использованных источников**

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26 июля 1999 года №296–3: принят Палатой представителей 8 июня 1999 года: одобрен Советом Республики 30 июня 1999 года: текст Кодекса по состоянию на 24 января 2016 года // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 236 с.

2. О государственных наградах Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 18 мая 2004 года №288–3 // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017.

3. Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций: Декрет Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2014 года №5 // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 36 с.

4. О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины: Декрет Президента Республики Беларусь от 26.07.1999 г. №29 // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 76 с.

5. Об утверждении Типовых Правил внутреннего трудового распорядка: Постановление Министерства труда Республики Беларусь

от 05 апреля 2000 года №46 // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 355 с.

6. О практике применения судами законодательства о трудовой дисциплине и дисциплинарной ответственности работников: Постановление Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 28 июня 2012 г. №4 // Консультант Плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 486 с.

7. Греченков А.А. Трудовое право: учебное пособие / А.А. Греченков. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2013. – 376 с.

## РАЗДЕЛ 4

# АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

УДК 336.717.11

Корниенко Юлия Юрьевна

к.э.н., доцент

Мартычук Марина Валерьевна

студентка

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет

имени Владимира Даля»

### ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА КАК ФОРМА БЕЗНАЛИЧНОГО РАСЧЕТА

*Аннотация.* В статье рассмотрены организация и преимущества безналичных расчетов с помощью пластиковых карт. Определены основные направления активизации процесса сотрудничества регионов.

*Ключевые слова:* пластиковая карта, трансграничное сотрудничество, интеграционный процесс, банковская система, безналичные расчеты

*Annotation.* The article describes the organization and the benefits of cashless payments using plastic cards. The basic directions of intensification of the process of regional cooperation.

*Keywords:* plastic card, cross-border cooperation, the integration process, the banking system, non-cash payments

Финансы играют важную роль в развитии общества. Они формируют его жизнеспособность и потенциал, обеспечивая реализацию поставленных каждым человеком, предприятием и государством задач и целей.

Создание механизма расчетов между субъектами рыночных отношений, обеспечение бесперебойности и непрерывности платежей, расширение спектра финансовых услуг – важнейшие условия для стабильного экономического роста в стране.

Экономика страны в значительной степени определяется уровнем развития банковской системы. Современная банковская система Луганской Народной Республики находится на стадии развития в связи с формирующейся новой законодательной базой.

На сегодняшний день одной из важнейших задач республики является обеспечение улучшения национальной банковской системы. Это возможно за счет системного развития трансграничного сотрудничества, которое, являясь фактором интеграционного процесса и предпосылкой инновационного развития, направлено на достижение максимального сближения социально-экономического развития регионов и способствует расширению и совершенствованию финансово-банковского обеспечения субъектов внешнеэкономической деятельности.

От правильной организации денежных расчетов в целом зависит оперативность их осуществления и, следовательно, финансовое состояние предприятия.

Предприятия в процессе купли-продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ и обязательств выполняют различные расчеты и платежи, как правило, в денежной форме. Денежные расчеты предприятий проводятся через учреждения банков в виде наличной и безналичной форм расчетов [2].

Безналичные расчеты – денежные расчеты, осуществляемые при помощи записей на счетах в банках, когда денежные средства списываются со счета плательщика и перечисляются на счет получателя средств.

Ключевую роль в переводе массовых платежей на безналичную основу для населения должны выполнять пластиковые карты. Банк, который не выпускает и не обслуживает платежные карточки, сейчас не может восприниматься как современное финансово-кредитное учреждение.

Эмиссия карт не увеличивает общей массы денег в обращении. Однако, она может ускорить их оборот, увеличить привлечение наличности в банковский оборот, содействовать снижению издержек обращения, повысить уровень денежно-кредитной мультипликации [3].

С помощью пластиковых карт денежные переводы могут осуществляться через банковские автоматы, позволяющие клиенту банка самостоятельно подключаться к банковской электронно-вычислительной машине и осуществлять наиболее распространенные операции: получение наличных денег со счета, внесение вклада, перевод средств по счетам и другие.

Существует две группы эмиссии пластиковых карт: дебетовые (платежные), с помощью которых осуществляются платежи, и кредитные, которые обеспечивают кредитование владельца карточки.

Дебетовыми называются пластиковые карты, с помощью которых платежи осуществляются путем списания денежных средств непосредственно с текущего счета владельца карточки.

В зависимости от направленности операций, осуществляемых дебетовой картой, выделяют следующие карты.

Карты для операций с наличными, с помощью которых владельцы могут получить наличные со своих счетов непосредственно в банке или через банкоматы, сеть которых может охватывать всю страну и другие государства. Такие карточки открывают владельцу доступ к своему текущему счету в любом месте и в любое время, так как банкоматы работают без выходных и круглосуточно.

Карты для оплаты товаров, работ, услуг через терминалы в торговых залах. Наличие терминала и сети электронной связи дает возможность продавцу товара быстро идентифицировать плательщика, а последнему - немедленно перевести деньги с его счета на счет торговой организации.

Чековые гарантийные карточки, которые используются для идентификации чекодателя и гарантирования платежа по чеку. Гарантирование обеспечивается имеющимися на текущем счете владельца карточки средствами и правом на кредит, предоставляемый банком в случае недостаточности для оплаты чека собственных средств.

Кредитными называются карты, выдача которых сопровождается открытием их владельцам кредитных линий, за счет и в пределах которых осуществляются платежи или выдача наличных. Владельцам кредитных карт открываются отдельные ссудные счета, которые функционируют независимо от других имеющихся у них счетов.

По технологии использования выделяются два вида карточек:

- карточки с магнитной линией;
- карточки с микросхемой (смарт-карты).

Перечисленные карты различаются между собой способом записи информации, необходимой для осуществления платежа, и объемом её накопления.

Карточки с магнитной линией характеризуются тем, что информация, необходимая для использования её в банкоматах и электронных платежных терминалах, записана на магнитной полосе, расположенной на обратной стороне карты. Важным элементом этой информации является персональный идентификационный номер (PIN). Недостатком карточки с магнитной полосой является отсутствие информации об изменении остатка средств на счете плательщика после каждой транзакции. Поэтому, при каждой операции нужно обращаться в банк за этой информацией, что задерживает саму транзакцию и удорожает весь процесс платежа.

Смарт-карта характеризуется тем, что вместо магнитной полосы в нее вмонтирована микросхема, которая является микропроцессором, способным самостоятельно обрабатывать и запоминать изменение информации, в частности, определять свободный остаток средств на текущем счете или остаток лимита кредитной линии на ссудном счете

плательщика. Появление смарт-карты открыло возможность для создания «электронного кошелька», с помощью которого плательщик может автономно осуществлять все свои платежи в безналичной форме, не обращаясь каждый раз в банк-эмитент для подтверждения его платежеспособности.

Для того, чтобы упростить расчеты и обеспечить сохранность денежных средств населения, необходимо в Луганской Народной Республике перейти на компьютерное обеспечение ведения безналичных расчетов с помощью пластиковых карт.

Таким образом, проведение данных мероприятий обеспечит выработку новой стратегии функционирования и стабильности национальной банковской системы, поддержку ценовой стабильности и удержания устойчивых темпов экономического роста.

Сегодня трансграничное сотрудничество – это один из основных путей сохранения и развития внешнеэкономических отношений и средств оживления социально-экономических процессов. Поэтому, основным направлением трансграничного сотрудничества должно быть развитие инфраструктуры и коммуникаций, взаимопомощь в совершенствовании банковской системы, разработка планов совместного развития в сферах экономики и деловых контактов.

#### **Список использованных источников**

1. Ануреев С.В. Денежно-кредитная политика, диспропорции и кризисы / С.В. Ануреев. – М.: Кнорус, 2009. – 448 с.
2. Белотелова Н.П. Деньги. Кредит. Банки: учебник / Н.П. Белотелова, Ж.С. Белотелова. – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 400 с.
3. Вовчак О.Д. Банковское дело: учебное пособие / О.Д. Вовчак, Н.М. Руцишин – Львов: Новый мир. – 2000, 2008. – 560 с.

УДК 336.01

**Кузубов Алексей Алексеевич**

**к. э. н., доцент кафедры «Международного бизнеса и финансов»  
ГОУ ВПО «Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса»**

#### **БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: РИСКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Аннотация.** Малый бизнес занимает ведущее место в создании эффективной рыночной экономики многих стран мира. Чтобы выполнять свои социально-экономические функции, совершенствовать

деятельность, способствовать развитию научно-технического процесса, малый бизнес требует соответствующего кредитного обеспечения для пополнения финансовых ресурсов. Важную роль в этом играют банки как субъекты финансово-кредитных отношений, которые являются мощными участниками рынка финансовых услуг, способны привлечь достаточную ресурсную базу для нужд кредитования, способны сформировать эффективную систему оценки и минимизации рисков кредитоспособности заемщиков, имеющих разветвленную сеть отделений, нужную для предоставления кредитов малому бизнесу на всей территории России. В последние годы банки России при осуществлении активных операций столкнулись с проблемой относительной ограниченности объемов кредитных портфелей: не хватает потенциально платежеспособных клиентов. Существующая практика микрокредитования показала, что, несмотря на значительный кредитный риск, который берет на себя банк при кредитовании данного сектора экономики, малый бизнес может стать одним из основных объектов активных операций банков. Ключевым этапом в ходе реализации банковского кредитования малого бизнеса является анализ кредитоспособности заемщика, который требует взвешенного анализа должника-юридического лица. Через верную оценку кредитоспособности заемщика банк имеет возможность уменьшить риск невозврата средств. Следует отметить, что кредитоспособность заемщика зависит от многих факторов, каждый из которых должен иметь оценку и быть исследованным. Таким образом, достоверность оценки кредитоспособности заемщика влияет как на результат кредитного соглашения, так и на эффективность кредитной деятельности банка в целом.

**Ключевые слова:** малый бизнес, риски, банковское кредитование, кредитоспособность, экономическое развитие, экономическая деятельность, кредитная линия, кредитные риски, управление рисками, минимизация риска, овердрафт.

**Annotation.** Small business is a leader in the creation of an effective market economy in many countries. To carry out its social and economic functions, improve operations, promote the development of scientific and technical process, a small business requires adequate collateral to supplement the financial resources. An important role in this is played by banks as subjects of financial and credit relations, which are powerful participants of the market of financial services, able to attract a sufficient resource base for the needs of credit, are able to form an effective system of evaluation and minimization of the creditworthiness of borrowers risk, with an extensive branch network, the right to provide loans small business throughout Russia. In recent years, Russian banks in the exercise of active operations are faced with



the problem of relatively limited amounts of loan portfolios not enough potential paying customers. The current practice of microcredit has shown that, despite the significant credit risk, which takes over the bank when lending to this sector of the economy, small business can be one of the main objects of the active operations of banks. A key step in the implementation of bank lending to small businesses is the analysis of the creditworthiness of the borrower, which requires a balanced analysis of the debtor-legal entity. A true assessment of the creditworthiness of the borrower the bank has the ability to reduce the risk of default funds. It should be noted that the creditworthiness of the borrower depends on many factors, each of which must have an assessment and be explored. Thus, the accuracy of the assessment of the borrower's creditworthiness affects both the result of the credit agreement, and the efficiency of credit activity of the bank as a whole.

**Keywords:** small business, risks, bank lending, creditworthiness, economic development, economic activities, line of credit, credit risk, risk management, minimizing the risk of overdraft.

**Постановка проблемы.** В настоящее время, как отмечается многими исследователями, (Макаров И.С. [1], Мацнев М.И. [2], Мукосеев Д.В. [3], Архипенко К.О. [4] и др.) все актуальнее становятся исследования кредитования малого бизнеса. Современный этап развития в сфере банковского кредитования малого предпринимательства характеризуется действием механизма, дальнейшее функционирование которого указывает на его временную эффективность и недостаточность [5; 6; 7; 8; 9]. Банковское дело невозможно представить без риска, то есть для функционирования коммерческих банков риск является присущей составляющей [10; 11]. Минимизация кредитного риска является основной задачей и проблемой для банка при осуществлении кредитования.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблематика данной статьи рассматривается в трудах таких учёных как Максимчук Е.И. [12], Соломин С.К. [13], Хвостиков А.Г. [14]. Не уменьшая значимость работ, связанных с изучением проблем кредитования малого предпринимательства, следует отметить, что существует много теоретических вопросов, которые не были рассмотрены.

**Формирование целей статьи.** Раскрытие сущности и особенностей процесса банковского кредитования, а также исследования возможных рисков кредитования малого бизнеса в России.

**Изложение основного материала исследования.** Динамика объёмов кредитных вложений банков России в развитие экономики и доля займов, предоставленной субъектам малого бизнеса, свидетельст-

ует об их значительном росте. Также существенные изменения происходят и в структуре кредитного портфеля. В частности, ощутимо выросла доля долгосрочных кредитов, предоставленных субъектам малого бизнеса, которая свидетельствует о положительных сдвигах на отечественном рынке долгосрочных займов, предоставленных малому предпринимательству [15].

На сегодня именно развитие сферы малого бизнеса может создавать новые рабочие места, обеспечивать бюджетные поступления в виде налогов, внедрять инновационные разработки и уменьшать социальное неравенство без участия государства. Доходность этой сферы в основном зависит от возможности кредитования, однако существуют проблемы, связанные с кредитным портфелем, а именно с малым количеством платежеспособных клиентов. Этот фактор создает опасность невозврата кредитов банка и подрывает его устойчивость и стабильность в целом. Это означает, что доходность банка зависит от доходности предприятий малого бизнеса и пропорциональна рискованности предоставлением кредитов для самих банков [16].

Для продуктивного взаимодействия банков и заемщиков-субъектов малого бизнеса, банки меняют структуру кредитного портфеля, поэтому в последнее время заметно возросло количество долгосрочных кредитов, которые банки предоставляют малому предпринимательству. Основной проблемой, которая стоит перед банком при кредитовании малых предприятий есть риск - неотъемлемая составляющая экономической деятельности. Недостаточное осознание его нередко приводит к печальным последствиям. Банковское дело невозможно представить без риска, то есть для функционирования коммерческих банков риск является присущей составляющей. Минимизация кредитного риска является основной задачей и проблемой для банка при осуществлении кредитования.

Банк определяет показатель риска по кредиту, предоставленному должнику – юридическому лицу в пределах установленного диапазона с учётом динамики фактических значений интегрального показателя, коэффициента покрытия долга, качества менеджмента должника – юридического лица, рынков сбыта продукции, наличия бизнес-планов, определенных рейтингов должника – юридического лица и других событий, и обстоятельств, которые могут повлиять на своевременность и полноту погашения долга [17]. Определение показателя риска в зависимости от качества кредита представлено на рисунке 1.

Достаточно рисковым для банка является предоставление кредита вновь или перепрофилированном предприятию и предприятию, деятельность которого зависит от сезона. Значительный процент малых предприятий, которые банкротятся именно среди новых предприятий,

которые не смогли приспособиться к действующему законодательству, налоговой системы, не смогли наладить партнерство, или не предусмотрели конкурентоспособности других компаний данной отрасли [18].

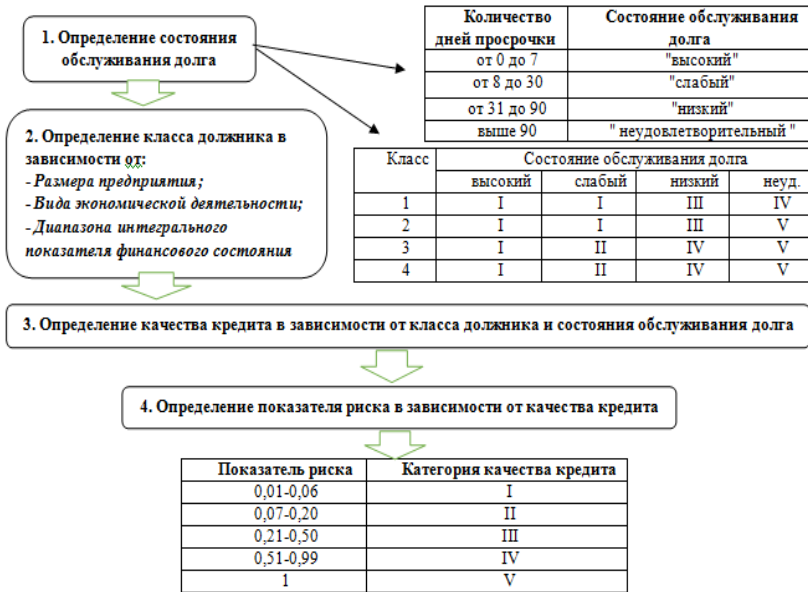


Рисунок 1 – Алгоритм определения интегрального показателя риска кредита, предоставленного юридическому лицу

Главной задачей банка в управлении рисками является определение степени того или иного риска и применения необходимых мер для его предотвращения или минимизации убытков, которые может понести банк от проведения данной операции. Одним из основных способов минимизации риска при выдаче кредита является получение достоверной информации о заемщике. Необходимо оценить не только финансовом и имущественном положении предприятия, а и оценить состояние его владельцев и фирм, с которыми она сотрудничает. Для этого используют различные источники, из которых можно получить информацию. Основные этапы управления кредитным риском заемщика – субъекта малого бизнеса и их характеристика приведены в табл. 1.

По итогам количественной оценки риска возникает необходимость выбора одного из трех возможных вариантов стратегии: избегание риска, принятие риска, использование инструментов снижения уровня риска [19].

**Таблица 1 – Управление кредитным риском заемщика – субъекта малого бизнеса [18]**

Этап управления кредитным риском	Содержание этапов управления кредитным риском
Идентификация факторов кредитного риска	Риск выражается в потенциальных причинах неисполнения заемщиком обязательств по кредитному соглашению.
Количественная оценка кредитного риска	Заключается в оценке кредитоспособности заемщика и включает два этапа: определение кредитного рейтинга заемщика, как показателя, характеризующего вероятность невыполнения обязательств по кредитному соглашению; определение масштаба потерь банка при неисполнении заемщиком обязательств
Выбор варианта стратегии риска	Учитываются результаты количественной оценки уровня кредитного риска конкретного заемщика
Выбор способа минимизации кредитного риска	Осуществляется выбор из инструментов снижения уровня кредитного риска.
Контроль изменения уровня кредитного риска	Постоянный мониторинг деятельности заемщика для оперативного учётом изменения уровня кредитного риска

Во избежание риска предполагает отказ от кредитных операций, риск по которым чрезмерно высок. Принятие риска означает, что для банка его уровень является допустимым, и банк принимает возможность его появления. Инструменты снижения степени кредитного риска заемщика, применяемые в банковской практике, весьма разнообразны, таблица 2.

Через верную оценку кредитоспособности заемщика банк имеет возможность уменьшить риск невозврата средств. Следует отметить, что кредитоспособность заемщика зависит от многих факторов, каждый из которых должен иметь оценку и быть исследованным. Таким образом, достоверность оценки кредитоспособности заемщика влияет как на результат кредитного соглашения, так и на эффективность кредитной деятельности банка в целом. Кроме того, точность оценки важна и для заемщика, поскольку от нее зависит принятие решения о получении кредита.

**Таблица 2 – Инструменты снижения степени кредитного риска заемщика – субъекта малого бизнеса [20]**

Первая группа инструментов		Вторая группа инструментов	
Инструмент	Характеристика	Инструмент	Характеристика
Мероприятия по повышению готовности выполнять обязательства по кредитному договору	Организация отношений банка и заемщика, чтобы последний рассматривал выполнение обязательств перед банком в качестве приоритета	Передача риска (страхование)	Создание резервного фонда, размер отчислений в который для отдельного субъекта, меньше размера ожидаемого ущерба и, как следствие, страхового возмещения.
Мероприятия, обеспечивающие повышение финансовых возможностей заемщика	Совместная деятельность банка и заемщика, по организации освоению кредитных ресурсов	Использование процентной ставки.	Изменение составляющей процентной ставки, как надбавка за риск или рисковая премия
Распределение риска	Трансферт риска контрагентам по отдельным кредитным операциям	Залог, поручительство	Предметом залога могут быть имущество и имущественные права.
Лимитирование	Установление в банке внутренних финансовых нормативов	Неустойка	Денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае просрочки исполнения

Формирование банковских систем государств, в условиях трансграничного сотрудничества, требует детального анализа существующих и потенциальных рисков. Следует признать, что под влиянием кредитного риска в России в полной мере не нашли своего практического применения мировые методы предоставления банковских ссуд такие как револьверное кредитования (автоматически возобновляемый кредит) и контокоррент. В России нашли свое практическое применение

овердрафт и кредитная линия, которые тоже достаточно широко используются в зарубежной практике кредитования.

Хотя эти методы предоставления займов нельзя назвать наиболее распространенными, все же их удельный вес в общем объеме предоставленных ссуд постоянно растет. Мы обоснованно предполагаем, что данные методы, с успехом будут формироваться и применяться в экономиках государств имеющих особый экономический режим.

### **Список использованных источников**

1. Макаров И.С. Стратегическое и тактическое управление кредитными рисками по связанным заемщикам / И.С. Макаров // Банковские услуги, 2013. – №6. – С. 27–29.

2. Мацнев М.И. Особенности кредитования малого и среднего бизнеса в российских условиях. / М.И. Мацнев // Российское предпринимательство, 2011. – №7. – С. 143–148.

3. Мукосеев Д.В. Экономическая сущность и критерии определения малого предпринимательства / Д.В. Мукосеев // Современные научные исследования и инновации, 2012. – №5.

4. Архипенко К.О. Совершенствование системы государственной поддержки малого бизнеса России в контексте зарубежного опыта / К.О. Архипенко // Экономика, предпринимательство и право, 2013. – №3. – С. 3–13.

5. Бочарова О.Н. Особенности и проблемы банковского кредитования малого и среднего предпринимательства на современном / О.Н. Бочарова, С.А. Поточкина, О.И. Ланина // Социально-экономические явления и процессы. – Тамбов, 2014. – №4. – С. 7–11.

6. Веретенцев Д.В. Система кредитования малого и среднего бизнеса в России: современное состояние, актуальные проблемы и пути совершенствования / Д.В. Веретенцев // Финансовый менеджмент, 2011. – №2. – С. 75–81.

7. Волков А.С. Искусство финансирования бизнеса. Выбор оптимальных схем / А.С. Волков – М., 2006. – 234 с.

8. Калашников А.А. Современные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России / А.А. Калашников // Региональная экономика: теория и практика, 2009. – №38. – С. 51–63.

9. Кетько Н.В. Проблемы и перспективы развития современного малого бизнеса в России / Н.В. Кетько, Р.Р. Зарафутдинов // Российское предпринимательство, 2011. – №9. – С. 23–28.

10. Лаврушин О.И. Банковские риски / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева. – М.: Кнорус, 2007. – 232 с.

11. Макаров И.С. Стратегическое и тактическое управление кредитными рисками по связанным заемщикам / И.С. Макаров // Банковские услуги, 2013. – №6. – С. 27–29.

12. Максимчук Е.И. Банковские кредиты в развитии малого и среднего предпринимательства / Е.И. Максимчук // Российское предпринимательство. – 2008. – №12. – С. 4–8.

13. Соломин С.К. Банковский кредит: проблемы теории и практики / С.К. Соломин. – Юстицинформ, 2009. – 345 с.

14. Хвостиков А.Г. Малый бизнес в России: перспективы и надежды / А.Г. Хвостиков // Российское предпринимательство, 2012. – №2. – С. 97–100.

15. Головчанская Е.Э. Современная модель эффективного бизнеса: монография. – Книга 14 / Е.Э. Головчанская, М.Ф. Григорьев, А.А. Кузубов [и др.]; под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 192 с.

16. Кривошапова С.В. Оценка инвестиционной активности кредитных организаций России / С.В. Кривошапова, М.И. Непрокина // Фундаментальные исследования, 2014. – №12–11. – С. 2414–2419.

17. Кузубов А.А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятий / А.А. Кузубов // Фундаментальные исследования, 2015. – №12–5. – С. 1028–1031.

18. Суранов С. Кредитование малого и среднего бизнеса можно оздоровить / С. Суранов // Экономика и жизнь, 2013. – №30. – С. 10–13.

19. Кузубов А.А. Методические подходы и критерии оценки конкурентоспособностью предприятий / А.А. Кузубов // Фундаментальные исследования, 2015. – №12–4. – С. 801–805.

20. Азманова Е.Г. Кредитование малого и среднего бизнеса в 2011–2012 гг. / Е.Г. Азманова // Финансовая аналитика: проблемы и решения, 2013. – №13. – С. 12–23.

УДК [332.1:336.02] – 048.44 (477.61)

**Скороход Наталья Николаевна**  
к.э.н., доцент  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

## **О СИСТЕМНОМ ПОДХОДЕ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВО – ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы систематизации анализа современного состояния экономики и финансов ЛНР.

В особых условиях экономической деятельности системный анализ является чрезвычайно важным, поскольку позволяет уловить неясные и модифицированные обстоятельствами формы.

Цель данного исследования состоит в определении параметров системного подхода и в их приложении к анализу финансово-экономического состояния ЛНР.

**Ключевые слова:** системный подход, финансовая экономика, трудовой фонд, структура экономики, сбалансированность, СНС (Система национальных счетов).

**Annotation.** The article deals with the systematization of the analysis of the current state of the economy and finance LC. The special conditions of economic activity analysis system is extremely important, because it allows you to catch the vague circumstances and modified forms.

The purpose of this study is to determine the parameters of the system approach and its application to the analysis of financial-economic condition of the LPR.

**Keywords:** systemic approach, financial economics, labor fund, the structure of the economy, the balance, the SNA (System of National Accounts).

Научное рассмотрение тех или иных вопросов предполагает применение системного подхода. В системном подходе объекты рассматриваются как взаимосвязанные совокупности частей, вносящих свой вклад и влияющих на итоговый результат функционирования и систематизирования объекта.

В экономической литературе системному подходу как выражению общенаучного метода посвящены исследования экономистов Абалкина Л.И., Канторовича Л.В., Черникова Д., Эклунда К., а также как системному анализу финансовой экономики – работы Кейнса Дж.М., Климовича В.П., Киселёвой Е.А., Самсонова Н.Ф. и других [1–8].

Системный анализ обеспечивает системный подход и воплощает в себе диалектический способ изучения, исследования процессов [9].

В экономике ЛНР отражаются современные параметры финансово-экономической деятельности в специфическом проявлении, обусловленном политическими и социально-экономическими факторами глобального характера. Анализ финансово-экономического состояния ЛНР даётся с привлечением статистических данных об экономике Республики.

Современная экономика, по сути (субстанционально) является финансовой экономикой. Финансы рассматриваются как производственные отношения, возникающие по поводу образования,



распределения и использования фондов денежных средств в общем кругообороте ВВП.

В финансовом анализе Система национальных счетов (СНС) исследует макроэкономические показатели и такой базовый показатель, как валовой внутренний продукт (ВВП) в 3-х плоскостях: производства, распределения и конечного использования, что отражает многоуровневый характер финансовых потоков экономики.

Экономика и финансы как производственные отношения представляют собой совокупность фондов – своего рода совокупность резервуаров, которые в виде сообщающихся сосудов обеспечивают друг друга и общий процесс воспроизводства. Взаимосвязь фондов и взаимодействие внутри фондов следует рассматривать как содержание экономических отношений субъектов. Система финансовых отношений представлена совокупностью фондов: производственным (Пр.Ф); трудовым (Тр.Ф); бюджетным (БФ) – государственный консолидированный бюджет; ссудным (СФ) – кредит; инвестиционным (ИФ); страховым (Стр.Ф); пенсионным (ПФ); инновационным (Инн.Ф); социальными фондами (Соц. Ф) и другими.

Экономический потенциал страны тем мощнее и эффективнее, чем более многофункциональны и сложны финансовые отношения. Многоукладность финансовых отношений как многообразие фондов, находящихся в единстве, обуславливает необходимость не просто их всестороннего изучения, но и применения на практике через специфический механизм использования. Первым условием создания такого механизма является отражение в нём сути финансово-экономических явлений и включение системы критериев и инструментов, обеспечивающих положительное функционирование и транспарентность предлагаемой модели финансовых отношений.

Представляется целесообразным, начиная анализ финансовой экономики, рассмотреть условия инвестиционного процесса. Инвестиционный фонд в системе финансовых отношений является фундаментальной и содержательной их характеристикой. Инвестиции (ИФ) связывают все элементы (фонды) финансов. Они являются импульсом для формирования любого из элементов финансов и, в тоже время, отражают эффект акселерации. Объём и структура инвестиционных потоков обуславливает переход экономики из низкой точки неустойчивого равновесия в высокую точку, но также неустойчивого равновесия [10]. Неустойчивость предопределяется суть функциями инвестиций. Поскольку инвестиции каждый раз выводят экономику из состояния сложившихся пропорций, экономика должна «искать» новые условия пропорциональности.

Собственно механизм свободного рынка не даёт практического результата в решении задачи о переходе от одного состояния пропорциональности (равновесия) к другому состоянию пропорциональности. В этом факте концентрируется «фиаско рынка». Государство и экономические субъекты, поэтому вынуждены находить функцию сбалансированности экономики. Таким образом, в объективный экономический процесс активно включается сознательно препарируемый параметр. Сознание, отражённое в созидательном экономическом знании, становится важным фактором финансовой экономики. Задача сознательного регулирования инвестиций рассматривается Дж.М. Кейнсом как необходимый этап в достижении экономического результата [5].

Первое условие функционирования экономики это её сбалансированность (экономическая пропорциональность, в узком смысле – равновесие). В любой экономике как системе должно достигаться соответствие между структурой общественных потребностей и структурой совокупного труда и общественного производства [11]. Формы (система производственных отношений обмена деятельностью), в которых экономическая пропорциональность реализуется, исторически различны. Это общинный обмен, товарный обмен, натуральный обмен, развитые товарно-денежные отношения (рынок), планомерный обмен, смешанный обмен.

Если представлять современную смешанную экономику с помощью фигур (кривых) координатной плоскости ( $x$ ;  $y$ ), то смешанный обмен деятельностью является ординатой экономической кривой, характеризующей её структурное состояние, взаимодействие её типичных элементов. Смешанный обмен - планомерный обмен, опосредованный рыночным механизмом, или система рыночных регуляторов, встроенных в сознательно сконструированную модель регулирования экономической деятельности.

В модели, регулирующей экономическую деятельность, необходимость сбалансированности экономики отражается с помощью счетов и балансовых таблиц, а также методов расчёта показателей финансово-экономической деятельности.

В современной классификации экономики её структурирование даётся на основе:

- классификации видов деятельности;
- классификации отраслей экономики;
- классификации секторов экономики.

Системный подход в рассмотрении финансово-экономического состояния любого субъекта должен включать на основе синтеза концептуально различные подходы анализа, сложившиеся в науке.

В системном исследовании необходимо найти синтез таких фундаментальных концепций как классическая (её английский вариант и марксизм), неоклассическая теории, кейнсианство, институционализм.

В соответствии с методологией СНС первичной единицей классификации является институциональная единица. Институциональные единицы – хозяйствующие субъекты (юридические лица и домашние хозяйства) группируются в сектора экономики. Такая квалификация даёт возможность моделировать в матричном виде экономические операции, осуществляемые институциональными единицами, и находить необходимый вариант сбалансированности экономики. Практика статистического анализа, сложившаяся в ЛНР в настоящий период, данный подход не применяет, что не позволяет полно и всесторонне исследовать финансово-экономическое состояние в Республике.

В статистике ЛНР даётся классификация предприятий по видам экономической деятельности (КВЭД). Сравнительный обзор субъектов Статистического реестра предприятий и организаций по видам экономической деятельности на 1 марта 2016 года и на 1 ноября 2016 года позволяет выявить некоторые тенденции [12].

Общее количество предприятий на 1 ноября 2016 года увеличилось на 10% по сравнению с их количеством на 1 марта 2016 года. При этом наблюдается увеличение в общем количестве предприятий доли предприятий добывающей промышленности (секция «В» – с 3,9 до 4,15%) и сокращение доли предприятий перерабатывающей промышленности (секция «С» – с 7,16 до 6,92%). В общем объёме промышленной реализованной продукции за январь – сентябрь 2016 года доля добывающей промышленности составила 46,1%, а доля обрабатывающей – 35,4% (в секции «С» 18,8% приходилось на производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий). Очевидно, есть необходимость в преимущественном привлечении инвестиций в обрабатывающую промышленность как в сектор, технологически и индустриально обеспечивающий развитие других секторов экономики.

По данным статистики ЛНР имеет место рост в общем количестве предприятий доли предприятий оптовой и розничной торговли (секция «G» - с 13,4% до 14%) и рост почти на два процента доли предприятий, предоставляющих другие виды услуг (секция «S» – с 5,4 до 7,4%). Рост количественных показателей сферы обращения товаров и услуг может быть рассмотрен как положительный факт при условии развития отраслей, обеспечивающих научно-технический прогресс.

Предприятия финансовой и страховой деятельности занимают в общем количестве предприятий долю менее одного процента, и доля их сокращается (секция «K» – с 0,37 до 0,34%). Финансовая деятельность в отношении её диверсификации и эффекта масштаба остаётся сжатой и

вследствие этого нетранспарентной, что вызвано особым статусом Республики.

Экономический потенциал ЛНР может стать функциональным, дающим необходимый результат, при условии формирования инвестиционного фонда как совокупности отношений инвесторов и реципиентов инвестиций с минимизацией рисков и максимальной реализацией мотивов деятельности. При этом принимаемые решения должны превращать текущие внешние рисковые обстоятельства в преимущества. В этом отношении изменение экономической деятельности как в разрезе количественной структуры по секциям, так и в характере пропорций по её результатам будет являться индикатором степени реализации экономического потенциала.

Вследствие рисков побуждения к инвестированию Дж.М. Кейнсом ставится вопрос о необходимости государственного регулирования инвестиций [5]. Система общественного устройства и социальная направленность экономики в ЛНР естественно может быть осуществлена посредством мер государственного регулирования.

В системе государственных мероприятий по обеспечению условий формирования инвестиционного фонда необходимо, прежде всего, начинать с проведения анализа условий обеспечения полной занятости, определения резерва рабочей силы по её структуре, определения потенциала человеческого капитала. Статистика ЛНР предоставляет данные демографии Республики. Необходимо расширить информацию в этой области: по категориям населения (дети, родители, прародители), по уровню образования, по структуре занятости и структуре безработицы, по доходам. Это даст возможность выявлять резервы инвестирования, опасность диспропорций в экономике и позволит строить модели оптимального (равновесного) инвестиционного потока.

Степень рисков инвестирования определяется состоянием уверенности субъектов в прогнозировании результата. Дж.М. Кейнс указывает ещё на один фактор неустойчивости состояния уверенности в инвестировании - на дух жизнерадостности и оптимизм. Действительность ЛНР данный фактор особенно актуализирует: именно дух оптимизма и жизнерадостности может стать сегодня первичным в формировании инвестиционного фонда Республики.

### **Список использованных источников**

1. Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – М.: Мысль, 1981. – 351 с.
2. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит / В.П. Климович – М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М, – 2015. – 336 с.

3. Киселёва Е.А. Макроэкономика / Е.А. Киселёва – М.: КНОРУС, – 2012. – 380 с.
4. Самсонов Н.Ф. Финансы, денежное обращение и кредит / Н.Ф. Самсонов – М.: ИНФРА-М, - 2002. – 302 с.
8. Градов А.И. Национальная экономика / А.И. Градов – СПб.: Питер, – 2007. – 240 с.
5. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж.М. Кейнс – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.
6. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит / В.П. Климович – М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М, 2015. – 336 с.
7. Киселёва Е.А. Макроэкономика / Е.А. Киселёва – М.: КНОРУС, 2012. – 380 с.
8. Самсонов Н.Ф. Финансы, денежное обращение и кредит / Н.Ф. Самсонов – М.: ИНФРА-М, 2002. – 302 с.
9. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовской, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 379.
10. Леонтьев В.В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты / В.В. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1990. – 416 с.
11. Маркс К. Письмо Л. Кугельману 11 июля 1868 года / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Соч. – 2-е изд. (50 томов). – М.: Политиздат, 1955 – 1981. – Т. 32. – С. 460–462.
12. Статистика ЛНР / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gkslnr.su/stat\\_info](http://www.gkslnr.su/stat_info) – (Дата обращения: 21.12.2016).

УДК 336.76

**Шалдаева Лариса Ивановна**  
**старший преподаватель**  
**УО «Белорусская государственная**  
**сельскохозяйственная академия»**

### **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВНЕБИРЖЕВОГО РЫНКА ДЕРИВАТИВОВ**

***Аннотация.*** В статье рассмотрены основные принципы и цели создания репозитариев как инструментов сбора, накопления и раскрытия сведений о заключенных на неорганизованном рынке сделках с производными финансовыми инструментами, сложившиеся в международной практике модели организации институтов и факторы эффективного функционирования.

***Ключевые слова:*** репозитарий, внебиржевой рынок, центральные банки, финансовая стабильность.

**Annotation.** The article describes the basic principles and objectives of the creation of repositories as a collection of tools, storage and disclosure of information about prisoners on the informal market transactions with derivative financial instruments existing in the international practice model operation institutions and the effective functioning of factors.

**Keywords:** repository, the OTC market, central banks, financial stability.

Современная инфраструктура финансовых рынков развитых стран не только предоставляет своим участникам широкий спектр возможностей, обеспечивая регистрацию, клиринг и расчеты по финансовым операциям, но и способствует укреплению обслуживающих рынков, а также играет ключевую роль в сохранении финансовой стабильности. Отсутствие грамотной организации и управления всеми компонентами инфраструктуры влечет реализацию значительных рисков для финансовой системы и является потенциальным источником их распространения, прежде всего в периоды рыночной напряженности. В мировой практике принято выделять пять основных компонентов инфраструктуры финансового рынка, а именно: платежные системы, центральные депозитарии ценных бумаг, системы расчетов по ценным бумагам, центральные контрагенты торговые репозитарии.

В целом институт репозитария призван содействовать решению комплекса задач: повышению прозрачности рынка, минимизации системных рисков (поддержанию финансовой стабильности) и защите от манипуляций на рынке.

Как правило, во всех странах (за исключением Бразилии) институтов репозитарной деятельности не было до 2009 г. Кроме того, до момента создания регулирующих положений репозитарная деятельность в некоторых странах осуществлялась на «добровольной основе» путем сотрудничества отраслевых и инфраструктурных представителей. В некоторых случаях репозитарии были неразрывно связаны с посттрейдинговой инфраструктурой рынка. Подходы к организации репозитариев в разных странах могут существенно отличаться. Исходя из анализа зарубежной практики, можно выделить два типа институтов репозитарной деятельности: репозитарии как самостоятельные организационные структуры; репозитарии как функция самостоятельной организационной структуры (как правило, центрального банка).

Наибольшее распространение получили инфраструктурные организации. Наименьшее распространение получила модель, при которой функции торгового репозитария выполняют центральные банки.

Первоначально репозитарная деятельность заключалась в сборе информации о таких наиболее ликвидных инструментах, как процент-

ные свопы и кредитно-дефолтные свопы. По мере развития данных институтов в частности и финансового рынка в целом возникла потребность в охвате сведениями всех разновидностях внебиржевых деривативов.

В целом в 20 из 24 стран – участниц Совета финансовой стабильности созданы торговые репозитории, 17 из них осуществляют сбор сведений, как минимум для одного класса активов, являющихся базисом деривативов. Состав сведений о сделках с производными финансовыми инструментами, направляемых в репозитории, определяется странами нормативно.

Анализ практики функционирования ряда репозитариев свидетельствует о том, что каждый из них устанавливает до 26 собственных дополнительных информационных полей. Как отмечалось ранее, важной функцией торговых репозитариев является предоставление информации, которая помогает уменьшать риск, повышать операционную эффективность и результативность и обеспечивать сокращение затрат как отдельных организаций, так и рынка в целом. Поскольку данные, имеющиеся у торговых репозитариев, могут использоваться несколькими заинтересованными сторонами (регулирующими органами и широкой общественностью, прежде всего участниками рынка), первостепенное значение имеют постоянная доступность, надежность и точность таких данных. Относительно информации о сделках с деривативами стоит отметить, что доступ к таким сведениям в большинстве стран имеют только органы государственного регулирования, которые осуществляют надзор за деятельностью репозитария. Однако в ряде стран (например, Аргентина, Индонезия, Мексика, Саудовская Аравия, Сингапур, Южная Корея, Япония) данные, хранящиеся в репозитории, могут быть доступны иностранным органам регулирования в случае заключения так называемого Меморандума о взаимопонимании между органами регулирования.

Как правило, основными целями сбора репозитариями сведений о деривативах на внебиржевом рынке являются следующие: предоставление детализированной информации саморегулируемым организациям, судебным и иным арбитражным органам в целях эффективного разрешения споров между участниками рынка в отношении внебиржевых сделок; предоставление консолидированной информации регулирующим органам с целью управления системным риском рынка деривативов и минимизации общего системного риска национальной финансовой системы; предоставление сводной аналитической информации участникам рынка с целью оптимизации процедур управления рисками, решения иных операционных и стратегических задач.

В целом ключевые факторы, которые необходимо учитывать в процессе выполнения деятельности репозитариям, предложены Комитетом по платежным и расчетным системам и Техническим Комитетом международной организации комиссий по ценным бумагам. Среди них следующие: правовая основа; транспарентность рынка и доступность; надежность функционирования; управление; доступность и участие; защита данных; своевременное введение данных, связанные риски; коммуникативные процедуры и стандарты; эффективность; доступность сервиса; регулирование и надзор.

Учитывая вышеизложенное, следует констатировать: последствия мирового финансового кризиса обусловили необходимость усиления координированной деятельности государственного и частного секторов экономики разных стран в направлении развития посттрейдинговой инфраструктуры рынка внебиржевых деривативов, одним из результатов которой стало создание торговых репозитариев как институтов централизации информации по объемам операций с внебиржевыми деривативами и повышения прозрачности рынка, что позволило устранить имеющиеся «дефициты регулирования» посредством разработки усовершенствованной нормативной базы как на национальном, так и на международном уровнях. Ключевой целью изменения действующих механизмов регулирования, в частности, необходимости создания институтов репозитарной деятельности, на всех его уровнях является повышение прозрачности рынка производных финансовых инструментов и снижение связанных с ними рисков, что, в свою очередь, способствует снижению негативного влияния рынка деривативов на финансовую стабильность как отдельных стран, так и мировой финансовой системы в целом.

В республике целесообразность развития института репозитарной деятельности связана со становлением рынка внебиржевых деривативов, в том числе валютных. Переход Национального банка к более гибкому режиму обменного курса, а также внешние шоки, связанные с существенными колебаниями цен на нефть и курсов мировых валют, актуализировали для нефинансовых организаций Республики Беларусь вопросы совершенствования системы управления валютными рисками. В этой связи начиная с 2015 г. среди субъектов хозяйствования Республики Беларусь, осуществляющих экспортно-импортные операции, постепенно расширяется практика применения операций с производными инструментами, прежде всего сделок форвард на покупку, продажу или конверсию валюты, для целей хеджирования валютных рисков. Контрагентом таких сделок, как правило, выступает обслуживающий банк. Наиболее активными участниками в этом отношении являются ОАО «Приорбанк»,



ОАО «Белагпропромбанк», ОАО «АСБ Беларусбанк»,  
ОАО «Банк БелВЭБ», ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «БСБ-Банк».  
Ключевым фактором дальнейшего поступательного развития отечественного рынка внебиржевых деривативов, и его эффективного и надежного функционирования наряду с прочим является полноценная рыночная инфраструктура. Первоочередным шагом к дальнейшему совершенствованию последней видится именно создание репозитария как института сбора, фиксации и распространения информации о сделках с деривативами на неорганизованном рынке. В части выбора института репозитарной деятельности наибольший интерес представляет ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» (далее – ОАО «БВФБ»), функционирование репозитария на базе которого будет отвечать передовым международным практикам развития финансового рынка и соответствовать принятым на международном уровне принципам рыночной инфраструктуры. В свою очередь, в направлении развития нормативной правовой базы, в том числе по определению указанного вида деятельности в законодательных актах Республики Беларусь, разработке порядков его осуществления и регулирования, ключевое значение будет иметь совместная скоординированная работа компетентных в данном вопросе институтов – Национального банка, Министерства финансов Республики Беларусь, ОАО «БВФБ», РУП «Республиканский центральный депозитарий ценных бумаг».

УДК 338.984

**Шутова Светлана Викторовна**  
магистр, старший преподаватель  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»

## **ПРОБЛЕМЫ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК**

*Аннотация.* В статье рассмотрены проблемы и источники финансирования сельскохозяйственных предприятий Республики. Автором отмечены наиболее острые проблемы, которые не позволяют организациям поддерживать стабильное финансовое состояние.

*Ключевые слова:* финансы, сельское хозяйство, привлечение инвестиций, лизинг, убыточные организации, агрохолдинги.

*Annotation.* The article deals with the problems and sources of financing agricultural organizations of the republic. The author noted the most pressing issues that prevent these organizations maintain a strong financial condition.

**Keywords:** finance, agriculture, attraction of investmenttions, leasing, loss-making organization, agricultural holdings.

Финансирование сельского хозяйства – это экономические отношения, связанные с распределением и перераспределением совокупного общественного продукта и национального дохода, с образованием централизованных и децентрализованных денежных фондов, используемых для развития аграрного сектора в целях получения прибыли.

Основными задачами организаций АПК, занятых в сфере сельского хозяйства, являются: обеспечение населения высококачественным продовольствием, т. е. быть гарантом продовольственной безопасности; снабжение пищевой и легкой промышленности необходимым сырьем в достаточном количестве и качестве; сохранение природных ландшафтов привлекательными в качестве жизненного пространства для расселения людей и технологий, для создания зон отдыха, зон развития агротуризма [3, с. 268].

Современное состояние сельского хозяйства в республике характеризуется следующими проблемами: текучесть кадровых ресурсов; отсутствие социальной и производственной инфраструктуры, сопоставимой с городским уровнем; отсутствие налаженной системы государственной поддержки аграрного производства, которая характеризуется распыленностью, непрогнозируемостью, несвоевременностью, а также неритмичностью и неполнотой финансовых выплат, кредитов, дотаций и субсидий; недостаточное финансирование социальной сферы в сельской местности [2, с. 14].

Необходимо отметить положительные тенденции, которые формируются в данной сфере: создаются и совершенствуются законодательные и иные условия осуществления хозяйственной свободы и инициативы, необходимые для сельскохозяйственного производства; сложился круг коллективных и крестьянских (фермерских) хозяйств, производителей товарной сельскохозяйственной продукции; ускоряется проникновение в сельскую местность рыночных отношений и модернизирует повседневную жизнедеятельность сельского общества; начался процесс создания сельскохозяйственных потребительских кооперативов по совместному снабжению фермеров, а также по хранению, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции. Исходя из положительных изменений, социально-экономическая обстановка в сельском хозяйстве по-прежнему остается сложной. Это выражается в её экстенсивном, затратном характере, а также в подчиненном положении сельского хозяйства другим отраслям экономики. Преодолеть

кризисную ситуацию на селе позволит развитие рыночных отношений, формирование многоукладной экономики.

Привлечение инвестиционных ресурсов через выпуск ценных бумаг может осуществляться в форме денежных вкладов, оборудования, технологий, а также в форме экономического обоснования проекта или права использования национальных ресурсов, если акционером является правительственная организация. Основной объём акционерных инвестиций поступает в ходе первоначального наполнения инвестиционного портфеля, хотя могут производиться вклады в форме подчиненных кредитов уже в процессе функционирования портфеля. Потенциальными покупателями выпускаемых акций могут стать: долгосрочные инвесторы, заинтересованные в окупаемости вложенных средств, получении налоговых выигрышей, приросте стоимости вложенного капитала, а также в получении фиксированного инвестиционного дохода; краткосрочные инвесторы, заинтересованные в перепродаже акций эмитента после повышения их курсовой стоимости при условии успешной инвестиционной деятельности эмитента; заказчики, заинтересованные в продукции, производимой в результате реализации реального инвестиционного проекта и ввода в эксплуатацию мощностей.

Для привлечения крупных объёмов финансовых средств, необходимых для осуществления крупномасштабных инвестиций, могут быть использованы средства индивидуальных предпринимателей и государственных средств. При этом выпуск акций может совмещаться с выпуском долговых обязательств. Акционерные инвестиции являются предпочтительным источником финансирования, так как дают возможность перенести на более поздние сроки выплату основных сумм погашения задолженности, когда возрастает способность портфеля генерировать доходы. Появляется возможность маневрирования временно свободными инвестиционными ресурсами. Источниками кредитного финансирования могут быть: долгосрочные кредиты у самостоятельных или входящих в группы банков; кредиты у государственных учреждений; долговые обязательства общественности; частные размещения долговых обязательств [1, с. 185].

Привлечение финансирования - одна из основных потребностей организации. Эта задача решается при взаимодействии организации с инвестиционным институтом, например для размещения эмиссии акций или облигаций. Благодаря такому партнерству предприятие может правильно построить свою политику привлечения капитала, выбрать оптимальные источники финансирования, снизить стоимость заемных средств. С другой стороны, в рамках организации могут находиться подразделения, имеющие потребность в финансировании.

Для удовлетворения данной потребности они могут, во-первых, запрашивать ресурсы внутри организации, во-вторых, выходить на внешний по отношению к организации рынок капитала.

Заемные средства – это услуга, за которую нужно дорого платить. Однако банк-инициатор может провести работу по созданию банковского синдиката, кредитующего предприятие по сниженной ставке.

Синдицированный кредит обычно дешевле кредита единичного банка, поскольку вся совокупность кредитных рисков, сопутствующих данному кредиту, делится между участниками синдиката. Значительное внимание при работе над проектами должно отводиться финансовому анализу с использованием различных методик, соответствующих принципам международного финансового учёта, представляющих собой инструментарий комплексного анализа финансового состояния и оценки результатов деятельности предприятия.

Важной проблемой многих сельскохозяйственных организаций является растущая кредиторская задолженность, в частности задолженность по лизинговым платежам.

Приобретая какое-либо оборудование (машины или иную технику), организация может совершить покупку за собственные средства, с помощью банковского кредита либо взять товар в лизинг. Когда стоит выбор между банковским кредитом и лизингом, организации целесообразно выбирать лизинг. Однако, если банковский кредит является льготным, процентная ставка по нему равна 3–5%, выдается он на срок от 5 до 10 лет, а лизинг имеет процентную ставку 7–17% на тот же срок, то стоит воспользоваться банковским кредитом.

Если рост кредиторской задолженности не снижается, предприятие со временем начинает работать в убыток. В данном случае применимы иные меры для решения проблемы. К примеру, присоединение убыточных предприятий к успешно функционирующим является проверенным способом решения экономических проблем отстающих организаций. Присоединенные убыточные предприятия изначально будут ухудшать функционирование прибыльных, однако со временем производство продукции и, соответственно, получение прибыли в объединенных хозяйствах должны расти.

Таким образом, для сохранения финансовой устойчивости организаций, занятых в сфере сельского хозяйства, необходимо проводить ряд мероприятий, направленных на улучшение функционирования убыточных организаций, их модернизацию, а также мероприятий, направленных на профессиональную мотивацию специалистов и способствующих оттоку кадров из сельской местности.

### Список использованных источников

1. Киреева Е.Ф. Финансовый менеджмент / Е.Ф. Киреева, О.А. Пузанкевич. – Минск, 2003. – 358 с.
2. Социально-демографическая политика: состояние, проблемы и пути решения сб. науч. тр. / Перспективы АПК Беларуси; редкол.: Казущик В.Д. – Минск: НИЭИ МО Республики Беларусь, 2008. – С. 31–39.
3. Шимов В.Н. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы. Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления: учеб. пособие / В.Н. Шимов [и др.]; под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск: БГЭУ, 2005. – 844 с.

## РАЗДЕЛ 5

# МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК: 316.33

Авхуцкая Яна Сергеевна  
магистрант  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### РОЛЬ ПЕНСИОННОГО ФОНДА В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

*Аннотация.* В работе исследована роль пенсионного фонда, проанализирована структура доходов и распределения средств Пенсионного фонда в ЛНР.

*Ключевые слова:* социальная сфера, пенсионный фонд, социальная защита населения.

*Abstract.* The role of the pension fund and the structure of income and distribution of the Pension Fund resources in LPR are researched in this work.

*Keywords:* social sphere, pension fund, social protection of the population

Актуальность роли Пенсионного фонда в реализации социальной политики государства обуславливается тем, что на сегодня система пенсионного обеспечения является важной и необходимой звеном экономики Луганской Народной Республики. Благодаря ей обеспечивается материальная защита населения за счет самих работников, работодателей и государства на случай потери трудоспособности.

Пенсионное обеспечение имеет очень большое значение для благосостояния граждан пожилого возраста. Оно является неотъемлемой частью социальной политики государства и играет существенную роль в предотвращении снижения уровня жизни населения. Необходимость реформирования пенсионного обеспечения вызвано рядом объективных факторов: экономических, демографических, социально-политических. Сегодня эта проблема особенно актуальна во многих странах мира, независимо от уровня экономического развития, что обусловлено старением населения, изменением его возрастной структуры, усложнением экономической ситуации. Именно трехуровневая пенсионная система позволяет рационально совместить демократические

принципы, обеспечить соблюдение социальной справедливости в государстве и обеспечить необходимый уровень материального обеспечения в старости для каждого человека.

О необходимости радикальных изменений в пенсионной системе, основных направлениях и принципах её реформирования, роль государства и правительства в реформировании пенсионной системы пишут такие ученые, как: Кук Л. [1], Лозовова Л.А. [2], Немашкалова К.Г. [2], Юдин А.В. [3] и др.

Целью исследования является обоснование перспектив развития и повышения роли Пенсионного фонда в реализации социальной политики государства как института и инструмента социальной политики.

Пенсионные отношения являются одним из основных звеньев общественно-правовых отношений, которые в политике государства составляют составляющую социальной политики - систему пенсионного обеспечения. Отношения в сфере пенсионного обеспечения является самостоятельным видом общественных отношений. Они просты и конкретными, поскольку обязанности и права распределены между всеми субъектами [2, с. 120].

Основной составляющей системы социальной защиты населения является именно пенсионное обеспечение. Поэтому дальнейшее развитие пенсионной системы, как элемента социальной защиты населения, не может осуществляться изолированно от реформирования общественно-политических и социально-экономических процессов [3, с. 118]. Это обуславливает необходимость комплексного государственного управления реформами в системе пенсионного обеспечения и социальной политике и совершенствования соответствующих организационно-экономических механизмов в этих сферах. На наш взгляд, сегодня Пенсионный фонд – самая разветвленная профессиональная структура, которая осуществляет многогранную деятельность по пенсионному обеспечению граждан, самая мощная организация в государстве, аккумулирующая и распределяет значительные по объёму средства. Предлагаемая структура доходов и распределения средств Пенсионного фонда в ЛНР приведена на (рис. 1).

И так, главными направлениями Пенсионного фонда в ЛНР по реализации пенсионной реформы в первую очередь является:

- взятие на учёт плательщиков страховых взносов; сбор, аккумулирование и распределение средств, предназначенных на пенсионное обеспечение;
- обеспечение полного и своевременного финансирования пенсионных расходов;
- персонифицированный учёт пенсионных дел граждан с помощью современных информационных технологий;

- организация, назначение и выплата пенсий;
- создание организационно-технической базы функционирования накопительного фонда второго уровня пенсионной системы;
- информационно-разъяснительная работа по вопросам пенсионного обеспечения.



*Рисунок 1 – Структура доходов и распределения средств Пенсионного фонда в ЛНР*

Таким образом, сегодня эффективность функционирования пенсионной системы и её реформирование становятся важным условием общественного развития и социальных преобразований. Действующая система государственного пенсионного обеспечения не отвечает требованиям сегодняшнего дня. На этапе проведения пенсионной реформы возникает много проблем, таких как: недостаточный размер пенсий многих категорий пенсионеров; низкая доля заработной платы в валовом внутреннем продукте; несовершенство законодательной базы; несоответствие системы управления пенсионными ресурсами принципам социального партнерства.



Положительный мировой опыт реформирования пенсионной системы следует использовать только после досконального изучения и максимальной адаптации к имеющимся условиям с тем, чтобы по возможности избежать скрытых негативных эффектов, связанных, прежде всего с различиями, не только в экономическом, нормативно-правовом и институциональном обеспечении общественных процессов, а и в доходах и ментальности населения [1, с. 129].

Мы считаем, что для активизации работы государственных исполнительных органов и Пенсионного фонда в этом направлении необходимо разрабатывать Стратегию развития пенсионной системы ЛНР, которая позволит: осуществить реформирование солидарной системы пенсионного страхования; осуществить реальное внедрение накопительной системы пенсионного страхования и обеспечения; активизировать работу в регионах в направлении негосударственного пенсионного страхования; разграничить средства Пенсионного фонда по видам пенсионных обязательств, а именно для выплат солидарной пенсии и пенсии из накопительного фонда; достичь полной информированности общества о сущности и необходимости пенсионной реформы; обеспечить прозрачность информации о ходе пенсионной реформы; разработать оптимальную организационно-управленческую структуру функционирования и надзора в области пенсионного страхования.

Содержательно-логическая структура этого документа должна разрабатываться в комплексе с другими мерами регуляторного характера с учётом и согласованием основных положений реформирования, заложенных в Стратегии развития пенсионной системы. Именно комплексный подход к решению данной проблемы позволит реализовать определенную правительством стратегию и констатировать наличие последовательной социальной политики ЛНР в сфере пенсионного страхования и обеспечения.

Таким образом, пенсионное обеспечение является одной из основных гарантий социальной защиты, содержание, которого сводится к поддержке материального благосостояния граждан и их семей при выходе на пенсию по возрасту, инвалидности или по случаю потери кормильца. Роль Пенсионного фонда ЛНР в решении социальных проблем может быть реализована посредством проведения той или иной модели социальной политики, что имеет особое значение в условиях трансформации общественно-политической системы. Поэтому политика республики выступает концентрированным выражением экономики, а её социальная политика является специфической концентрацией (сосредоточением) отдельных элементов. Важнейшее значение имеет степень развития социальной структуры в целом, а также наличие так называемых незащищенных слоев населения; социальная

инфраструктура как совокупность отраслей, обслуживающих человека и способствующих восстановлению нормальной жизнедеятельности людей; условия труда человека, его быта, досуга, здоровья, возможность выбора профессии, места жительства, доступа к ценностям, обеспечения прав и свобод личности. Именно концентрация на указанных направлениях должна быть основой социальной политики ЛНР.

### **Список использованных источников**

1. Кук Л. Государство в социальной сфере: уходит или остается? : итоги реформ в России и странах Центральной и Восточной Европы / Л. Кук; пер. с англ. Е. Виноградовой // Вопросы государственного и муниципального управления, 2014. – №2. – С. 120–144.

2. Лозовова Л.А. Анализ моделей социальной политики / Л.А. Лозовова, К.Г. Немашкалова // Государственное и муниципальное управление: ученые записки СКАГС, 2014. – №1. – С. 120–128.

3. Юдин А.В. Модели современной социальной политики государства: проблемы формирования и реализации / А.В. Юдин // Власть. – 2013. – №12. – С. 117–120.

УДК 339.924

**Герасимов Алексей Вячеславович**  
**старший преподаватель**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ: ПРАКТИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЬНЫХ РАЙОНОВ ДОНЕЦКОЙ И ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)**

*Аннотация.* В статье на основе анализа современного состояния трансграничного сотрудничества и действующего международного законодательства в этой сфере предложены пути совершенствования процесса социально-экономической интеграции.

*Ключевые слова:* трансграничное сотрудничество, глобализация, трансграничные регионы, интеграционные процессы, транзитный регион.

*Annotation.* The article on the basis of the analysis of the current state of cross-border cooperation and the existing international legislation in this field is proposed to improve the process of socio-economic integration.

**Keywords:** cross-border cooperation, globalization, cross-border regions, integration processes, the transit region.

В современных условиях глобализации трансграничное сотрудничество является потребностью времени. В основе трансграничного сотрудничества лежит стремление создать качественные условия проживания населения по обе стороны границы, ликвидировать признаки периферийности, наличия экстенсивных функций границы, обеспечить необходимую свободу человека, заложить основу для создания локального жизненного пространства.

Акцентируем внимание на то, что развитие трансграничного сотрудничества при сохранении специфики, самобытности и индивидуальности каждой из сторон в значительной мере позволяет успешно решать локальные проблемы, максимально используя национальный потенциал, и постепенно сглаживать рецидивы периферийности в социально-экономическом развитии отдельных территориально-административных единиц на благо их населения и государства в целом. В это время в трансграничных регионах возникает множество общих проблем в экологической, транспортной, экономической, культурно-образовательной, социальной и других сферах, для решения которых необходимо объединять усилия.

Базовыми средствами организации внешних социальных и экономических связей являются формирование трансграничных регионов. При этом объектом интеграции выступают не только коммуникационные коридоры, но и пространство по обе стороны государственной границы.

Таким образом, современные международные отношения характеризуются достаточно интенсивными интеграционными процессами, среди которых важная роль принадлежит трансграничному сотрудничеству.

Определимся с понятиями. Итак, трансграничное сотрудничество – это довольно специализированная область внешнеэкономической, политической, экономической, культурно-образовательной, и других видов международной деятельности, осуществляемая на региональном уровне. Она отличается рядом особенностей, а именно [1]:

- наличием границы и необходимостью его обустройства;
- совместным использованием природных ресурсов и, соответственно, общим решением проблем экономической безопасности;
- более широким взаимным общением населения соседних государств и личными связями людей;

– значительно более высокой нагрузкой на инфраструктуру (дороги, связь, сферу обслуживания, приграничную инфраструктуру и т.д.) [2].

Луганская Народная Республика (далее – ЛНР) является молодым государственным образованием, которое по существу формируется в сложных социально-экономических и военно-политических реалиях современного мира. При этом, наша республика имеет границы фактически с тремя государствами:

– это Российская Федерация (далее - РФ) и Донецкая Народная Республика (далее – ДНР), с которыми осуществляется активный товарообмен, социально-экономическое и гуманитарное сотрудничество;

– а также Украина, пока не признающая ни ЛНР, ни её границы и осуществляющая агрессивные военно-политические действия и экономическую блокаду нашей республики.

Следует учитывать, что с самого момента своего возникновения ЛНР и ДНР придерживаются курса на интеграцию с РФ. РФ и ДНР являются стратегическими торговыми партнерами ЛНР, потому что их взаимные экономические интересы обусловлены высоким уровнем производственных, кооперированных и технологических связей практически во всех отраслях экономики и объективной необходимостью их рационального сохранения, обновления и последующего развития на взаимовыгодной, равноправной основе.

Несмотря на официально декларируемую интеграцию с РФ и ДНР жители ЛНР часто оказываются в невыгодном положении, испытывая на себе всю тяжесть ограничений, связанных с перемещением людей, товаров и услуг. Для самостоятельного решения своих проблем у них часто не хватает средств и возможностей, в результате чего большинство районов ЛНР еще более превращаются в депрессивные, периферийные и отсталые территории, становясь заложниками региональных диспропорций. В то же время от развития этих территорий, уровня качества жизни их жителей зависит, кроме всего прочего, и безопасность государства.

Вследствие затянувшегося военно-политического конфликта с Украиной ЛНР не имеет полноценной возможности использовать преимущества своего экономико-географического положения, в первую очередь как транзитного региона. Прохождение через её территорию транспортно-коммуникационных коридоров в будущем может стать одним из главных транзитных путей из Азии в Европу.

На наш взгляд необходимыми условиями для раскрытия всех транзитных преимуществ ЛНР являются:

– имплементация Минских соглашений всеми заинтересованными сторонами, с обязательной транспарентностью данного процесса;

– совершенствование нормативно-законодательной базы всех участников трансграничного сотрудничества;

– развития трансграничного сотрудничества на уровне местных общин и неправительственных общественных организаций;

– развитие трансграничной инфраструктуры.

Отметим, что базой развития национального законодательства о трансграничном сотрудничестве являются международные хартии и конвенции, а именно:

– Европейская рамочная конвенция о трансграничном сотрудничестве между территориальными общинами или властями (Мадрид, май 1980 г.) и два приложения к ней: Дополнительный протокол (Страсбург, ноябрь 1995 г.) и Протокол №2 (Страсбург, май 1998 г.). В этих документах в основном сформирован понятийный аппарат относительно межтерриториального, межрегионального и трансграничного сотрудничества;

– Европейская хартия пограничных и трансграничных регионов (Гронау, в 1981 г., 2 редакция 1995 г.), которая знакомит с практикой и направлениями сотрудничества на границах Западной Европы, содействующих развитию пограничных регионов;

– Европейская хартия местного самоуправления (Страсбург, октябрь 1985 г.);

– Европейская хартия региональных языков и языков меньшинств (Страсбург, ноябрь 1992 г.), и многие другие.

Активизации трансграничного сотрудничества в нашем регионе в последнее время во многом способствовал Указ Президента РФ Путина В.В. «О признании в Российской Федерации документов и регистрационных знаков транспортных средств, выданных гражданам Украины и лицам без гражданства, постоянно проживающим на территориях отдельных районов Донецкой и Луганской областей Украины» (далее – Указ) от 18.02.2017 г.

В соответствии с Указом признаются действительными в РФ документы:

– удостоверяющие личность;

– об образовании и (или) о квалификации;

– свидетельства о рождении;

– заключении (расторжении) брака, перемене имени, о смерти;

– свидетельства о регистрации транспортных средств, регистрационные знаки транспортных средств [3].

Таким образом, жители ЛНР и ДНР теперь могут свободно въезжать в РФ.

Итак, анализ экономической структуры ЛНР, ДНР и смежных областей РФ свидетельствует о том, что они являются промышленно

развитыми, с специализацией отраслей, которые дополняют друг друга в приграничном и международном разделении труда. При этом природно-ресурсный потенциал регионов содействует развитию современных отраслей, особенно топливно-энергетической и металлургической промышленности. Перспективной трансграничного сотрудничества в нашем регионе в сфере промышленности является создание и развитие предприятий (в т.ч. совместных) тех отраслей, продукция которых будет иметь спрос на рынке в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

### **Список использованных источников**

1. Дергачев В.А. Проблемы трансграничного сотрудничества / В.А. Дергачев, В.В. Демченко // Экономические инновации, 2005. – №18. – С. 26–31.

2. Макогон Ю.В. Формы и направления межрегионального трансграничного экономического сотрудничества / Ю.В. Макогон, В.И. Ляшенко. – 2 изд., испр. и доп. – Донецк: Юго-Восток, 2003. – 510 с.

3. Указ Президента РФ Путина В.В. «О признании в Российской Федерации документов и регистрационных знаков транспортных средств, выданных гражданам Украины и лицам без гражданства, постоянно проживающим на территориях отдельных районов Донецкой и Луганской областей Украины» от 18.02.2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/news/53895>

УДК 629.113

**Комов Александр Борисович**  
к.т.н., доцент

**Комов Пётр Борисович**  
к.т.н., доцент

**Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «Донецкий  
национальный технический университет»**

### **ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ДОРОЖНО–ТРАНСПОРТНОМ КОМПЛЕКСЕ**

*Аннотация.* Рассматривается организация системы образования дорожно-транспортного комплекса.

*Ключевые слова:* организация, образование, дороги, транспорт, телематика, предпринимательство.

*Annotation.* Discusses the Organization of the education system of road-transport complex.

**Keywords:** organization, education, roads, transport, telematics, Enterprise.

Дорожно-транспортный комплекс (ДТК) является одной из высокоразвитых отраслей мировой экономики, а поэтому сферой деятельности человека, востребованной современной молодёжью, что подтверждает развитие учебных учреждений Донбасса.

Сегодня подготовку кадров для ДТК региона осуществляет абсолютное большинство технических училищ, техникумов и пять ВУЗов Донецкой и Луганской Народных Республик (ДЛНР), что составляет достаточно мощный сегмент в системе образования, который уверенно конкурирует с традиционной для Донбасса подготовкой специалистов горного дела.

Проблема состоит в том, что огромный интерес молодёжи к специальностям ДТК, необходимо срочно и целенаправленно перевести на рельсы познания инновационных методов его развития, где абсолютный приоритет имеет безальтернативное освоение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Они лежат в основе систем транспортной телематики, т.е. интеллектуальных транспортных систем (*Intelligent Transport Systems – ITS*), наличие которых в ДТК любого государства определяет де-факто уровень его развития [1].

Донбасс имеет опыт организации *ITS* – это спортивные соревнования «Евро-12», где была осуществлена диспетчеризация транспорта общего пользования, а примером этого было появление в г. Донецке «умных остановок», информирующих граждан по вопросам работы транспорта.

ДТК всегда являлся воплощением самых передовых достижений мысли человека в его повседневный быт. Сегодня это, например, сложные беспилотные дорожно-транспортные средства (ДТС), которые работают без водителя с учётом складывающейся ситуации, что в целом обеспечивает, прежде всего, безопасность грузов, пассажиров и работников отрасли, охраняет окружающую среду.

Поэтому, естественно, что будущее ДТК Донбасса в руках лишь грамотной молодёжи, которая обязана осваивать современные науки и затем эффективно воплощать свои знания в жизнь.

Анализ истории достижений показывает, что наше государство всегда доверяло самые трудные и передовые задачи науки и практики своей молодёжи. Примерами являются комсомольские стройки – это Волжский автомобильный завод (ВАЗ), Камский автомобильный завод (КамАЗ), Байкало-Амурская магистраль (БАМ), и многое др., где молодёжь показала свои неограниченные возможности и с честью справилась с поставленными задачами. Говоря о транспорте, мы обяза-

ны вспомнить выдающихся российских и советских учёных, инженеров авиа- и автостроителей, которые создавали молодёжные кружки творчества, где в разные годы строили передовые образцы техники и покоряли свой народ и мир невиданными для своего времени рекордами.

Поэтому, если в конце 30-х годов девизами молодёжи СССР были лозунги: «Молодёжь на самолёт!» или «Сто тысяч подруг – на трактор!», то сегодня – «Молодёжь ДТК на телематику!», что уже реализовано самой жизнью, но на бытовом уровне. Так, благодаря обычным сотовым телефонам, каждый профессионал-автомобилист уже интегрирован в «семью *ITS*» и может беспрепятственно получать информацию, например, о местонахождении, траектории, скорости и даже, техническом состоянии ДТС, которое при этом может быть в любой точке мира.

Однако, согласно историческому опыту, реализация любых прогрессивных идей и, соответственно, планов их внедрения в повседневную жизнь, обязана всегда базироваться на глубокой научной проработке. Даже самые передовые идеи и призывы организаций из числа энтузиастов и патриотов, а также призывы государства остаются лишь лозунгами, если они не опираются на фундамент науки.

Поэтому базой молодёжи в освоении инновационных идей развития является, естественно, системы образования ДЛНР, где их интеграция в прогрессивную российскую систему, призвана дать обществу «новых», например, С. П. Королёва, П. Н. Ангелину, Била Гейтса, др.

Особенность и трудность подготовки специалистов ДТК состоит в том, что сегодня здесь происходит бурная смена его парадигмы, т.е. концепций, стиля мышления и методологий, а в целом концептуальных моделей постановки проблем и их решения. При этом всё это идёт в совокупности со сменой парадигмы образования, которая характеризуется появлением не только новых педагогических понятий, терминов, но и, прежде всего, появлением абсолютно новых требований к стандартам образования [2].

Образовательные стандарты в ДЛНР должны стать для парадигмы ДТК: а) сосредоточением современного познавательного потенциала, который регулирует смену любой парадигмы; б) дисциплинарной матрицей, характеризующей совокупность убеждений, ценностей, технических средств и т.п., что призвано объединить специалистов отрасли в масштабное «дорожно-транспортное сообщество».

Образовательные стандарты для специалистов ДТК – это эффективное средство системотехнического подхода к построению трёх (образование, дорога, транспорт) важнейших для ДЛНР состав-



ляющих, формирующих современную «телематическую» корпоративную культуру ДТК, где разработка, создание и эксплуатация *ITS* призваны стать глобальным молодёжным проектом ДЛНР и, соответственно, системообразующей базой отраслевого технополиса [2].

Эффективной формой организации технополиса являются виртуальные предприятия (ВП) – это элементы электронного бизнеса, представляющие в ДТК виртуальные логистические центры (*Virtual Logistics Center – VLC*), которые, как показывает международная практика, позволяют привлечь именно профессионалов (автомобилистов, дорожников, программистов, системотехников, электронщиков, др.), находящихся в различных уголках страны и даже мира, к разработке и реализации бизнес-проектов.

«Правовым примером» для ДЛНР в деле организации *VLC*/ВП является приказ Минтранса РФ №19 от 01.02.2013 г. Документ предусматривает создание на территории РФ, посредством технологии ГЛОНАСС / *GPS*, региональных навигационно-информационных систем (РНИС) – инновационного инструмента повышения безопасности и эффективности перевозок грузов и пассажиров [3].

В ЛДНР научно-практической основой организации и функционирования РНИС/*VLC*/ВП должны стать, прежде всего, специалисты ВУЗов, ответственные за формирование их корпоративной идеологии – это грамотные профессионалы, которые одновременно обязаны быть людьми неравнодушными к судьбе своей страны и её будущему (молодёжи).

Главная задача таких идеологов и, соответственно, организаторов современных технополисов ДТК состоит в окончательной и бескомпромиссной ликвидации у выпускников высшей школы потребительского отношения к государству. У современной молодёжи это выражается в желании получить государственные гарантии трудоустройства, что под воздействием научно-технического прогресса (НТП) безвозвратно ушло в прошлое.

Например, *ITS* или результат НТП в ДТК, лишит в США в течение ближайших 10 лет 1,7 млн водителей грузовиков своих рабочих мест. При этом, по оценке ООН, автоматизированные системы управления и роботы ликвидируют в целом в развитых странах мира 65% рабочих мест [4]. Главное состоит в том, что неполная занятость населения вызовет дальнейшую стагнацию экономики, которой нужны потребители, а безработные не могут быть потребителями по определению.

В соответствии с чем, первостепенной и безальтернативной задачей каждого государства является формирование терциарной экономики – это интенсивное развитие сферы услуг, где лишь малый

бизнес представляет ту действенную основу, которая способна создать серьёзное сопротивление безработице в современных социально-экономических условиях развития общества, определяемых необратимыми процессами НТП.

Сегодня только малые предприятия систематически создают рабочие места в современном мире экономики. Так за период 1981...1990 гг. они добавили, например, в США 60% рабочих мест. Именно малые предприятия нанимают здесь более половины частной рабочей силы. Поэтому из 20 млн предприятий США, малых – 90%. Однако, что естественно, на их долю приходится лишь 8% валового дохода и лишь 5% экспорта, т.е. не малые предприятия, а предприятия капиталоемких отраслей (металлургия, химическая и электротехническая промышленность, авиа- и автомобилестроение, др.) – база экономического роста всех ведущих стран мира [5].

В соответствии с чем, следуя основам грамотной организации современной экономики, Президент РФ В. В. Путин, нацеливая страну на создание наукоемких, прежде всего, индустриальных производств, объявил о необходимости организации в России «налоговых и контрольно-надзорных каникул» для малого бизнеса, абсолютный приоритет, которого в современном капиталистическом мире обусловлен одноимённым этапом его развития (1980 г. ... наши дни [6]).

В ДТК России, согласно целевой программе Минтранса РФ, доля предприятий малого и среднего предпринимательства (МСП) должна составлять в общем объёме перевозок: 50,8% (грузовые); 53% (пассажирские регулярные). Стоимость продукции МСП на рынке международных перевозок – 93%. Среди предприятий автосервиса рациональной структурой (по количеству рабочих) также являются МСП: <5 чел – 70%; >5 и <20 чел – 15 ... 20%; >21 и <50 чел – 10%; >50 чел – 2 ... 3%.

Поэтому цель обучения и воспитания специалистов XXI в. – формирование «нового экономического человека» в виде предпринимателя современной формации. Это род руководителя, который должен действовать в оптимальном режиме, т.е. рисковать там, где это действительно имеет результативный смысл, но во всём остальном пользоваться лишь научно обоснованными методами постановки проблемы и их решения [7].

Требование по формированию в ВУЗах мира «нового экономического человека» определено на достаточно высоком международном уровне – это организация ЮНЕСКО, где в докладе её Международной комиссии по образованию и документе «Реформирование и развитие высшего образования» сказано, что предпринимателям нужна не квалификация, которая слишком часто ассоциирует с умением осуществить

те или иные операции материального характера, а компетенция, которая рассматривается как коктейль навыков, свойственных каждому индивиду, где сочетаются квалификация, социальное поведение, способность работать в группе, инициативность и любовь к рынку.

В соответствии с чем, важнейшей задачей современных ВУЗов является формирование у абсолютно каждого будущего врача, учителя, инженера или у др. выпускника, стремления к созданию «своего дела», т.е.:

- приобретение той специальности и профессии, которые однозначно будут востребованы на рынке труда, как в государственном, так и частном секторе предпринимательской экономики;

- создание малого частного предприятия (больницы, школы, станции технического обслуживания техники, *Internet*-магазина, др.).

Сегодня это рассматривается современным миром науки и практики как пока единственный действенный выход из сложной общепланетарной ситуации в борьбе с безработицей.

В ДЛНР создание РНИС/*VLC*/ВП призвано построить главное связующее звено между «рыночной практикой» и системой образования, где требование по формированию «нового экономического человека» является главной задачей ВУЗов ДТК, которые путём активного взаимодействия с РНИС/*VLC*/ВП, обязаны ещё на студенческой скамье интегрировать каждого своего выпускника в мир инновационных бизнес-идей.

Официальный итог такой интеграции – наличие у выпускников «личного бизнес-плана» в виде, утверждённой государственной аттестационной комиссией, выпускной дипломной работы (проекта), где их главной, например, «внешней» особенностью, как альтернативы принятому сегодня отраслевому формированию работ и, соответственно, их исполнению, должно быть наличие уже в наименовании работ международного кода вида сферы экономической деятельности, указывающего на адаптацию работы и, соответственно, выпускника к требованиям рыночной экономики.

Идея интеграции молодёжи в предпринимательство на основе её активного участия в инновационных проектах может быть эффективно реализована, путём создания, например, совместно с профсоюзными организациями, постоянно действующих («круглогодичных») студенческих строительных отрядов (ССО), участвующих в разработке государственных научно-исследовательских работ (НИР).

Главным и безальтернативным условием эффективности таких ССО должно стать совместное с РНИС/*VLC*/ВП, обязательное формирование актуального для общества, но, прежде всего, нужного малому бизнесу перечня НИР, с целью организации исследовательского

содействия социально-экономическому развитию региона, что особенно важно в условиях становления ДЛНР, где ДТК республик обязан оперативно реагировать на вызовы времени, но в своём развитии опираться на долгосрочные государственные планы.

### **Список использованных источников**

1. Волков В.П. Інформаційні технології в технічній експлуатації автомобілів: навчальний посібник / В.П. Волков, В.П. Матейчик, М. Смешек, П.Б. Комов, И.В. Грицук, Т.В. Волкова, Е.О. Комов – Донецк: Изд-во «Ноулидж» (донецкое отделение), 2014. – 324 с.

2. Комов А.Б. Парадигма технической эксплуатации автомобилей / А.Б. Комов, П.Б. Комов // Вісник Донецької академії автомобільного транспорту. – Донецьк: ДААТ, 2015. – №4. – С. 23–32.

3. Комов А.Б. Организация технической эксплуатации автомобилей в условиях формирования региональных навигационно-информационных систем / А.Б. Комов, П.Б. Комов // Сб. науч. трудов «Проблемы технической эксплуатации и автосервиса подвижного состава автомобильного транспорта» – М.: МАДИ (ГТУ), 2017. – С. 104–112.

4. ООН: роботы станут причиной массовой безработицы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ktovkurse.com/a-vy-kurse/oon-roboty-stanut-prichinoy-massovoj-bezrobotitsy> (Дата обращения: 25.11.2016).

5. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності: посібник / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 280 с.

6. Щеткин Г.В. Управление бизнесом: Экспресс-курс для деловых людей / Г.В. Щеткин – К.: МЗУУ, 1994. – 104 с.

7. Семененко А.И. Логистика. Основы теории: учебник для вузов / А.И. Семененко, В.И. Сергеев. – СПб.: Издательство «Союз», 2001. – 544 с.

**Чапля Василий Васильевич,**  
к.э.н., директор научно-исследовательского института экономики  
южного федерального округа, академик  
академии Философии хозяйства, Краснодар, Россия

## **ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА ТРАНСИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА**

**Аннотация.** В статье рассматривается значение межгосударственной стратегии борьбы с теневым сектором; раскрываются вопросы теневой экономики трансиндустриального общества.

**Ключевые слова:** теневая экономика, теневые структуры, межгосударственная стратегия борьбы с теневым сектором, трансиндустриальное общество.

**Annotation.** The article discusses the importance of the international strategy of fight against the informal sector; elaborates on the shadow economy transindustrial society.

**Keywords:** shadow economy, shadow structures, international strategy for dealing with the informal sector, transindustrial society.

Современный уровень криминализации внешнеэкономической сферы свидетельствует о росте активности транснациональных теневых структур. Это предопределяет необходимость разработки межгосударственной стратегии борьбы с теневым сектором. Эффективность мер противодействия зависит не только, от качества интеграционных связей государств и уровня их транспарентности, позволяющих учитывать национальные приоритеты регулирования теневой сферы, но и от развития методологических подходов к анализу теневых экономических отношений. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение закономерностей развития теневой экономики в условиях глобализации, чему способствует теоретический анализ структуры явления, причин возникновения, синтез научного знания в области экономической теории, мировой экономики и международных отношений, экономической безопасности, а также критическое осмысление западной практики борьбы с теневой активностью.

Развитие любой социально-экономической системы (кроме, разве что, первобытного общества) обязательно включает и развитие теневых экономических отношений. Следовательно, эти отношения не являются чем-то случайным, а закономерно порождены формационным развитием.

Исторический анализ показывает, что все докапиталистические формации характеризовали в основном теневую экономику в форме теневых отношений производства, распределения и потребления.

Первоначально источник контроля формировался в отношениях потребления. Зарождающиеся отношения собственности накладывали ограничения на потребление материальных благ со стороны соплеменников. Количественный рост объектов собственности не позволял эффективно контролировать доступ к ней, что позволяло потреблять благо, не являясь его собственником. Примитивные инструменты защиты собственности уже не могли её защитить. На наш взгляд одним из факторов появления права собственности (на основе табу) и образование социально сложных обществ (классы) являлся процесс поиска эффективных инструментов контроля.

Собственник материальных благ желал не только ограничить неконтролируемое потребление принадлежащих ему благ, но и контролировать процесс производства. Формирование отношений собственности на землю привело к образованию теневых отношений производства, где объектом выступала плодородная земля, луга и охотничьи угодья [1].

Образования первых государств и концентрации огромного массива объектов собственности в руках правителя потребовало делегирования части прав собственности от собственника к владельцу. Появление экономических субъектов, не являвшихся собственниками, но контролирующими процесс распределения (бюрократия, чиновники), привело к формированию теневых отношений распределения.

Хотя размах этих отношений и был порою очень значителен, до появления товарно-денежных отношений теневая экономика представляла собой достаточно примитивный экономический механизм.

Развитие рыночных отношений привело к появлению теневых отношений обмена, что коренным образом изменило все теневые отношения. Обмен, как стадия общественного воспроизводства, позволил проводить искусственный «водораздел» между легальными и теневыми субъектами и объектами. Данный тезис позволяет автору сделать важный теоретический вывод: теневые экономические отношения неоднородны и непоследовательны в воспроизводственном процессе. Возникнув как результат теневых отношений производства, объект может через стадию обмена предстать в отношениях потребления вполне легальным. Или субъект, получив доход в процессе обмена результатов теневых отношений производства на деньги «или иную обезличенную форму материальных благ», может выступать субъектом легальных экономических отношений [2].

Постиндустриальное общество - современная стадия социально-экономического развития, на которую вступили индустриально развитые страны в последней четверти XX века. Оно имеет много иных названий: «посткапиталистическое общество», «информационное общество», «технотронное общество», «научная цивилизация» и другие.

Итак, становление постиндустриального мира является следствием взаимодействия самых разнородных факторов – возрастающих разрывов в производительности труда между различными отраслями экономики в развитых странах, сосредоточения их населения в менее производительных секторах народного хозяйства и, наконец, сохраняющегося раскола мира на две подсистемы, отличающиеся номенклатурой обмена. По-видимому, такое положение может сохраниться надолго. Дело не в технологических и организационных факторах: наличие огромной безработицы и неполной занятости в сельском хозяйстве сдерживает применение трудосберегающей техники и, тем самым, повышение производительности. Отсюда – замедленное развитие так называемых современных отраслей экономики. Иначе говоря, термин «постиндустриальный мир» – лишь синоним неравноправия отдельных групп государств в мировом хозяйстве.

Теория постиндустриального общества является сегодня одной из наиболее распространенных социологических концепций, позволяющих адекватно осмыслить масштабные перемены, происшедшие в западных обществах на протяжении последних тридцати лет. Предложенная в конце 60-х – начале 70-х годов американскими и европейскими исследователями, в большинстве своем стоявшими на социал-демократических позициях, она вобрала в себя лучшие элементы научной традиции, восходящей к эпохе Просвещения.

В 90-е годы, среди множества российских интерпретаций постиндустриальной теории особое место на наш взгляд занимает работа Иноземцева В.Л. [4; 5].

Автором подчеркивается близость методологических основ марксовой концепции и теории постиндустриального общества. Говоря о марксовой методологии, обычно имеют в виду диалектический метод, примененный в «Капитале». Не вдаваясь в дискуссию о его значении и непротиворечивости, отметим, что К. Маркс, будучи последователем не только Гегеля, но также и представителем европейского Просвещения конца XVIII в. усвоил и элементы позитивистского метода, особенно применительно к теории истории. Сочетание этого последнего с элементами скорее диалектического мироощущения, нежели диалектического анализа, позволили К. Марксу создать свою концепцию общественных формаций, которая может быть названа первым в истории примером адекватного подхода к социальному прогрессу.

В свое время К. Маркс говорил, что более развитая страна указывает менее развитой черты её собственного будущего. Этот тезис не утратил своего значения и сегодня. Поэтому нельзя не признавать, что весь индустриальный мир, к которому ныне принадлежит и Россия, в перспективе неизбежно повторит (естественно, с определенными модификациями и особенностями) тот путь, который прошли развитые постиндустриальные страны. Именно этот факт обуславливает необходимость непредвзятого изучения теории постиндустриального общества, которая в наиболее общих её чертах не может не стать методологической основой любой современной обществоведческой доктрины [6].

В XXI веке теневая экономика приобретет форму противостояния индустриального и постиндустриального общества, индустриального производства и экономики знаний. Борьба с контрафактной продукцией есть ни что иное, как столкновение нового и старого, новой экономики знаний основанной на главенстве человека как автора информации и информации как источника дохода, и старого человек как создатель материальной стоимости обезличенный и экономически зависимый. Борьба стран с постиндустриальной экономической системой против пиратской продукции основана на ограничении конкуренции. Исключительные права монополиста на тиражирование информации на материальных носителях, вступают в противоречие с постулатами экономики знаний:

1. Равному доступу к информации - противостоит асимметрия информации.

2. Свободе конкуренции – противостоит ущемление экономических интересов трансиндустриальных стран.

3. Концепция «догоняющего развития» – носящая декларативный характер.

4. Свобода перемещения ресурсов – приводит к усилению противоречий между глобальным характером экономики и локальным характером налогообложения. Создание оффшорных зон позволяет корпорациям успешно уходить от налогов, а криминалу отмывать грязные деньги.

5. Создание института «мирового контролера» за атомным оружием во благо всего человечества – представляющего, по сути, высокотехнологичный инструмент монопольной власти.

Вышеперечисленные противоречия, носящие глобальный характер, приводят к оправданию теневых экономических отношений, террористических действий, оппортунистическому поведению – несогласных с установившейся формой мирового порядка.



Теневая экономика стала одной из глобальных проблем современности. Сегодня происходит интеллектуализация экономической преступности, а субъекты теневой экономики с успехом используют новейшие достижения научно – технического прогресса в своих интересах.

В январе 1986 года, вскоре после своего ареста, хакер «The Mentor» опубликовал в журнале «Phrack» хакерский манифест: «... это наш мир, мир кодов и электронных импульсов, наполненный красотой модемных звуков. ... Да, я преступник. Мое преступление – любопытство. ... Мое преступление в том, что я умнее вас, за что вы не можете меня простить. Я хакер, и это мой манифест. Вы можете остановить кого-то из нас, но вы не можете остановить всех нас» [7].

Глобальный характер социально – экономических процессов (в том числе теневой экономики) объективно снижает возможности отдельного государства и ставит вопрос об их регулировании силами всего мирового сообщества. Сегодня же наднациональные механизмы регулирования в сравнении с масштабами глобализации развиты недостаточно.

Очевидно, что проблемы теневой экономики могут быть решены лишь при условии объединения усилий мирового сообщества, включая деятельность международных организаций, правоохранительных органов, институтов гражданского общества. Это обусловлено не только масштабами теневой экономики, но и сложившимся мировым разделением труда. Так, целые страны и регионы мира являются источниками миграции рабочей силы, другие же специализируются на производстве криминальных товаров и услуг. Отдельным странам не под силу отказаться от теневой экономики не только потому, что она чрезвычайно доходна, затрагивает интересы влиятельнейших групп, имеющих обширные международные связи, но и потому, что её ликвидация требует реализации дорогостоящих социальных программ для переориентации деятельности населения, создания новых легальных прибыльных отраслей производства. Для этого необходимо объединение финансовых средств мирового сообщества и его интеллектуальных сил.

В заключении следует отметить основные выводы, которые служат основой для дальнейшего анализа данной проблемы.

Во-первых, происходит расслоение населения Земного шара на тех, кто владеет новыми технологиями и тех, кто ими не владеет. Как следствие, наблюдается формирование нового типа поляризации в современном мире. Поляризация влечет за собой дисгармонию развития, а та, в свою очередь, порождает новые проблемы и угрозы как, например, проблема «утечки мозгов». В результате бедные и неблаго-

получные становятся еще беднее. Складывание двух противостоящих друг другу полюсов проливает свет на главное противоречие современной эпохи, которое состоит в усилении эксплуатации развивающихся стран со стороны развитых государств и связанной с ней зависимостью и отсталостью.

Во-вторых, государственные структуры в связи с информационным и коммуникативным бумом, прозрачностью национальных границ все в большей степени теряют часть властных полномочий.

В-третьих, прозрачными становятся не только территориальные границы, но и доступность информации. Это порождает еще одну проблему – проблему информационного терроризма.

Также передача информации с огромной скоростью и её тиражирование ставит проблему защиты интеллектуальной собственности как основного ресурса, приносящего доход. Таким образом, глобализация содержит в себе колоссальный потенциал развития теневых отношений на основе механизма постиндустриальной экономики. Она открывает новые перспективы – и в то же время обостряет старые болезни, создает угрозы и опасности. Чтобы быть обращенной во благо, а не во вред, она требует концентрации политической воли, творческого воображения, неординарных подходов. Фактически речь идет о создании многоуровневых систем управления глобального охвата.

### **Список использованных источников**

1. Иноземцев В.Л. Теория постиндустриального общества как методологическая парадигма российского обществоведения / В.Л. Иноземцев // Вопросы философии, 1997. – №10. – С. 29–44.

2. Иноземцев В. Капитализм, социализм или постиндустриальные общества? / В.Л. Иноземцев // Коммунист, 1991. – №4. – С. 32–40.

3. Иноземцев В.Л. Экономическая общественная формация: границы понятия и значение теории / В.Л. Иноземцев // ПОЛИС, 1991. – №4. – С. 35–46.

4. Иноземцев В.Л. Альтернативность общественного развития / В.Л. Иноземцев // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, 1991. – №2. – С. 3–10.

5. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. – М. – 1995. – С. 29, 96–154.

6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / К. Маркс, Ф. Энгельс. – В 4 т. // Соч. 2-е изд. Т. 23–25. М., 1985. – 432 с.

7. Левин Максим. Секреты компьютерных взломщиков. Крэкинг / М. Левин. – М., «Познавательная книга плюс», 2001. – 231 с.

## РАЗДЕЛ 6

### ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

УДК 339.138:[339.371–026.785]

**Воловик Анастасия Борисовна**  
студентка

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

#### ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АРОМАМАРКЕТИНГА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

**Аннотация.** Рассматривается внедрение и роль аромамаркетинга в розничной торговле. Охарактеризованы основные принципы аромамаркетинга. В статье рассматриваются различные запахи и их использование в маркетинге.

**Ключевые слова:** аромамаркетинг, розничная торговля, принципы аромамаркетинга, ароматы, торговая точка.

**Annotation.** We consider the implementation and aromamarketing role in retail trade. The basic principles of aromamarketing are characterized. In article various smells and their use in marketing are considered.

**Keywords:** aroma marketing, retail trade, principles of aromamarketing, aromas, trade point.

Ужесточение конкуренции на рынке делает основной целью предприятия активизацию спроса на товары и услуги. Использование традиционных способов продвижения сегодня не приносит ожидаемых положительных результатов. Телевизионная, наружная, радио-, интернет реклама, которая ежедневно окружает потребителей, стала вызывать раздражительность, а порой даже равнодушие, поскольку, люди привыкли к её изобилию. Сегодня мозг человека перегружен рекламой, поэтому меньше поддаётся её влиянию. Следовательно, чтобы воздействовать на потребителя, необходимо обращаться к его инстинктам.

В активном состоянии человек использует несколько каналов восприятия информации: зрительный, тактильный, слуховой и обонятельный. Первые три анализатора у современных потребителей перегружены. Житель большого города сталкивается с таким огромным объёмом аудиовизуальной информации, что уже не способен «переварить» её. Обонятельный анализатор, по мнению аромамаркетологов,

в условиях общей перегрузки гораздо более перспективен для донесения информации до клиента [1, с. 1].

В современных условиях огромную популярность в продвижении товаров и услуг приобретает аромамаркетинг. Аромамаркетинг – направление маркетинга, основывающееся на использовании различных запахов и ароматов с целью стимулирования продаж, продвижения товара на рынке и благоприятного влияния на покупателя [2, с. 67]. Он является компонентом сенсорного маркетинга и основывается на таком органе чувств как обоняние.

Использование аромамаркетинга в розничной торговле не только отображается на финансовых показателях, но и помогает сформировать у покупателя стойкие ассоциации с товаром, воздействует на его психоэмоциональное состояние, позволяет эффективнее презентовать товар в глазах потребителя. Нейтрализация неприятных запахов (аромаклининг), влияющих на продолжительность пребывания покупателей в торговом помещении – существенное преимущество использования ароматизации.

Необходимо соблюдать определённые принципы, для того чтобы добиться максимального эффекта от аромамаркетинга в розничной торговле.

Первый принцип можно обозначить как «разделяй и властвуй». Он состоит в избирательной ароматизации различных зон и отделов. В торговой точке можно выделить три основные торговые зоны:

- входная зона;
- зона основного потока покупателей;
- прикассовая зона.

Очень важно произвести первое впечатление, ведь зачастую от него зависит, чем запомнится магазин покупателю. Распространение приятного аромата у входа позволяет расположить человека и настроить его на позитивные эмоции. В прикассовом пространстве рекомендуется использовать запахи для стимулирования ощущения праздника. Это позволяет усилить эффект от совершения покупки.

В торговой точке большой площади, например, в супермаркете, неэффективно применять ароматизацию всего помещения. Достаточно оборудовать конкретные зоны специализированными ароматическими инструментами.

Важно расположить зоны с разными ароматами на определённом расстоянии друг от друга. Это связано с тем, что запах, который может смешаться в месте пересечения зон, может быть не таким приятным.

Второй принцип заключается в том, что необходимо подобрать «грамотный» аромат. Он должен отвечать общей концепции магазина,

дополнять стилистику торговой точки. В продовольственных магазинах и супермаркетах осуществляется зональная ароматизация, где используются съедобные запахи для возбуждения аппетита и нейтрализации неприятных запахов. Здесь эффективно работают ароматы выпечки; запах цитрусовых для отдела фруктов; карамель и чёрный шоколад для кондитерского отдела; горький миндаль и виноград для алкогольных напитков; сочетание мяты и лимона для нейтрализации запаха в рыбном отделе.

В магазинах одежды часто применяют духи с нотками ванили, лимона, мяты, лаванды, иланг-иланга и розы, например, в свадебных салонах.

Запах кожи пользуется огромной популярностью среди магазинов обуви и автосалонов. Это подчёркивает статусность, акцентирует внимание на качестве данных товаров.

Правильный выбор аромата способствует формированию запоминающего и целостного имиджа в сознании посетителя, что повысит узнаваемость среди целевой аудитории.

Кроме того, важно понимать, на какую целевую аудиторию ориентирован магазин. В этом состоит третий принцип аромамаркетинга. Следует понимать, что на разных людей запахи будут влиять тоже по-разному.

Так, на пенсионеров и людей пожилого возраста влияние ароматов практически не распространяется, так как после 65 лет чувствительность органов обоняния снижается на 50%, а после 80 – снижается до минимума. Молодых покупателей легче всего привлечь запахом плодов, фруктов, сладостей. Женщины хорошо реагируют на цветочные ароматы, а воздействовать на эмоции мужчин следует более терпким и сдержанным запахом. В детских магазинах и магазинах для будущих мам следует отказаться от применения средств аромамаркетинга, так как посетители этих магазинов весьма чувствительны к запахам [3].

Четвёртый принцип заключается во влиянии сезона на использование аромамаркетинга. Востребованность запаха находится под сильным воздействием сезонности. Особенно его роль возрастает в период праздников, когда покупатели находятся в радостной эйфории и наиболее уязвимы перед рекламными воздействиями. Перед праздником 8 Марта магазины предпочитают цветочные ароматы, ведь они связаны с приходом весны. В преддверии новогодних и рождественских праздников торговые точки часто используют ароматы хвои, мандарина, корицы, имбиря, поскольку эти запахи вызывают прямые ассоциации в сознании покупателей. При выборе аромата важно учитывать время года: в зимний сезон эффективнее работают более тяжёлые, бодрящие,

пряные запахи, в то время как летом лучше работают лёгкие, ненавязчивые ароматы.

Таким образом, аромамаркетинг является современным, быстро развивающимся направлением в маркетинге. Он подчиняется определённым принципам, главными среди которых можно выделить: зонирование ароматизации, подбор аромата в зависимости от концепции и позиционирования, учёт особенностей целевой аудитории воздействия и влияние сезона. Разработка аромамаркетинга на основании изложенных принципов позволяет повысить эффективность работы магазина и быть привлекательным для рынка.

### **Список использованных источников**

1. Важниция Ю.К. Аромамаркетинг как способ продвижения товаров и услуг / Ю.К. Важниция, А.Е. Бабец // Научная палитра, 2015. – №4(10). – С. 9.

2. Дыленова И.И. Аромамаркетинг как инструмент воздействия на человека / И.И. Дыленова, Н.А. Любовникова // Международный журнал экспериментального образования, 2010. – №4. – С. 66–67.

3. Шелест И. Как должен пахнуть магазин? Основы аромамаркетинга торговой точки [Электронный ресурс] / И. Шелест. – Режим доступа: <http://shellest.ru/blog/12-kak-dolzhen-pakhnut-magazin> (Дата обращения 06.03.2017).

УДК 334.716: 336.717.061

**Денисенко Игорь Анатольевич**  
к.э.н., доцент  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### **МАРКЕТИНГ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОГО МЕХАНИЗМА СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

**Аннотация.** В статье подчеркнуто, что банковская система не может функционировать без существования банковского рынка, концентрации банковских ресурсов, торговли банковскими продуктами и обеспечением их услугами. Дается определение понятию «банковский продукт», как комплексу взаимосвязанных банковских операций и услуг. Отмечено, что в формировании и реализации финансово-кредитного потенциала банка его основу определяют источники финансирования, среди которых выделены финансовые ресурсы, которые в свою очередь являются основной составляющей ресурсного потенциала

банка. Показано что ресурсный и финансово кредитный потенциал банка взаимосвязаны и взаимообусловлены. Автором выделены элементы финансово-кредитного потенциала банка в аспекте процесса кредитования. Также представлена модель концепции механизма финансово-кредитной взаимодействия банков и предприятий на принципах маркетинга. Особое внимание уделено, предоставлению финансово-кредитных услуг предприятиям в процессе финансово-кредитного взаимодействия, которое должно основываться на анализе и изучении с помощью специфических инструментов маркетинга их реального потенциала, возможностей, положения на рынке и бизнес-перспектив. Проведенное исследование определило, что для развития механизма финансово - кредитного взаимодействия, финансово-кредитный потенциал банка следует рассматривать как ресурсы, определяющие способность банка к созданию банковских продуктов и развития кредитования, связанные с наличием у предприятий потребностей на кредитные ресурсы и величине ресурсного потенциала банка с учётом формирования необходимых резервов.

**Ключевые слова:** финансовые услуги, кредитование, маркетинг, банковский продукт, конкуренция, финансово кредитный механизм, предприятия.

**Annotation.** The article pointed out that the banking system cannot function without the existence of the banking market, the concentration of banking resources, Commerce Bank products and providing their services. Given the definition of «Bank product» as the complex of interrelated banking operations and services. It is noted that in the formation and implementation of financial and credit resources of the Bank in its basis, determine funding sources, among which the allocated financial resources, which in turn are a major component of the resource potential of the Bank. It is shown that financial resources and lending capacity are interrelated and interdependent. The author has selected items of financial and credit potential of the Bank in the aspect of the lending process. It also includes a model of the concept of the mechanism of financial-credit interaction between banks and enterprises on the basis of marketing. Special attention is paid to the provision of financial and credit services to companies in financial-credit cooperation, which should be based on analysis and study with the help of specific marketing tools to their real potential, opportunities, market position and business prospects. The study has identified that the development of the mechanism of financial - credit cooperation, financial and credit capacity of the Bank should be viewed as resources that define the ability of the Bank to create banking products and credit enhancement associated with the presence of the enterprises needs for credit and the amount of the resource capacity of the Bank taking into account the formation of the necessary reserves.

**Keywords:** financial services, lending, marketing, banking product, competition, financial and credit mechanism of the enterprise.

**Постановка проблемы.** Финансово-кредитные отношения являются одной из важнейших категорий рыночной экономики, которая отражает реальные взаимосвязи и отношения субъектов хозяйствования в экономической жизни общества. Финансово-кредитное взаимодействие банков и предприятий всегда была и остается важным рычагом стимулирования развития реального производства и отражает экономические взаимоотношения по поводу обратного движения заимствованной стоимости. Организация и управление ресурсным обеспечением в особых рыночных условиях хозяйствования на предусматривает формирование особого механизма финансово-кредитной взаимодействия банковского и реального секторов экономик.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Существенный теоретический и практический вклад в исследование вопросов развития банковской деятельности и финансово-кредитной взаимодействия банков и организаций сделали российские ученые и специалисты, в частности, Корень А.В., Жилина Л.Н., Шашло Н.В., Кузьмичева И.А., Осипов В.А., Золотаренко К.И., Ворожбит О.Ю. и другие [1–11]. Благодаря их работам созданы значительные теоретические наработки, которые дают основание для продолжения исследований, нацеленных на развитие направлений финансово-кредитной взаимодействия банков и предприятий, создания механизма этого взаимодействия на основе маркетинговых принципов и инструментов его практического применения.

**Целью исследования.** Целью статьи является совершенствование механизма взаимодействия финансово-кредитной взаимодействия организаций функционирующих в особых экономических условиях и банковских организаций на принципах маркетинга для обеспечения расширенного воспроизводства.

**Основные результаты исследования.** Эффективно функционирующую форму финансово-кредитного взаимодействия банковской организации и предприятия определяет сочетание традиционных технологий с финансовыми инновациями и процессами реализации банковских продуктов.

Банковские услуги по своей природе являются экономическим продуктом, который может проявляться как в натурально-вещественной, так и в информационной форме, отражающей систему организации движения финансовых ресурсов с помощью финансово-кредитного механизма, которые не имеют вещественной формы.



Современной тенденцией становления банковской системы регионов с особыми экономическими условиями является продуктовая диверсификация, вызванная изменениями финансовой среды. Следует отметить, что существование финансово-кредитной взаимодействия на рынке неизбежно, вследствие того, что организации банковской системы не только реализуют свои продукты, но также создают их для бизнес целей.

Согласны с мнением, что банковский продукт целесообразно определить, как комплекс взаимосвязанных банковских операций и услуг, направленный на удовлетворение потребностей предприятия в процессе финансово-кредитной взаимодействия банка и предприятия по конкретному виду банковской деятельности.

Выполняя функцию организации и осуществления движения финансовых ресурсов, банковские организации сегодня, к сожалению, выполняют только функцию превращения разрозненных действий всех субъектов рынка в определенную систему экономических отношений. Таким образом, функции банков можно считать системообразующими в части формирования единого институционального механизма осуществления прямых связей в цепи экономических отношений между банками и предприятиями.

В процессе финансово-кредитного взаимодействия банковские организации путем применения делегированных функций по проведению экономического мониторинга формируют ликвидность и потребность предприятий, что формирует возможность использовать преимущества диверсификации продуктов и услуг.

На финансово-кредитный потенциал банковской организации в процессе финансово-кредитного взаимодействия влияют следующие факторы: формирование и использование ресурсного потенциала банковской организации, наличие потребностей на кредитные средства банка, уровень обязательных и дополнительных резервов, качество созданных банковских продуктов.

Как показано на рис. 1, благодаря банковскому механизму трансформации и управления ресурсами повышается возможность прироста долгосрочных финансово-кредитных ресурсов банка.

Для мобилизации временно свободных денежных средств и трансформации их в реальные финансово кредитные ресурсы банковские организации должны осуществлять меры стимулирования для привлечения депозитных вкладов. Такие меры целесообразно осуществлять на основе банковского маркетинга.



Рисунок 1 – Элементы финансово-кредитного потенциала банка в аспекте процесса кредитования

Банковский маркетинг с общей точкой зрения можно рассматривать как совокупность методов работы банка на рынке, которые позволяют ему в условиях конкуренции совершенствовать и разрабатывать новые инструменты, которые способны обеспечить доходность банка с минимальным риском и отвечающих потребностям предприятий.

Маркетинговый подход в финансово-кредитном взаимодействии банковской организации с предприятиями должен реализовываться, исходя из: удовлетворения потребностей конкретного предприятия - банку необходимо найти предприятие, которое удовлетворяет требованиям кредитования, для того, чтобы предоставить ему финансово-кредитные услуги и получить доход; удовлетворения собственных потребностей банка – доход необходим банку для развития своей

деятельности; мотивация персонала – при отсутствии заинтересованности в финансово-кредитной работе с предприятиями банковских работников, как правило, страдает предприятие-заемщик; поиск сравнительных преимуществ – для опережения конкурентов банк использует метод дифференциации, то есть предприятие должно знать, что банк предоставляет услуги, которые отличаются от услуг других банков.

Для раскрытия содержания маркетинга в реализации механизма финансово-кредитной взаимодействия банковской организации и предприятия рассмотрим его концептуальные положения. Применение маркетинга в деятельности банковской организации обусловило возникновение системы критериев, создание стратегии и тактики деятельности, а также определение конкретных мер по развитию финансово-кредитному взаимодействию на рынке. При этом внедрение маркетинга способствовало росту доходности и снижению риска банковской деятельности. Необходимость банковского маркетинга, прежде всего, обусловлено его способностью выполнять функции системы поддержки деятельности банка на рынке.

Ограничения ценовой конкуренции на рынке банковских услуг, связанные с государственным регулированием, а также с предельным размером процента по кредиту. Это вызывает дополнительные требования к управлению качеством банковского продукта и инструментов продвижения продукта на рынок. Усиление конкуренции и роста требований предприятий к банковским услугам привели к необходимости внедрения маркетинга, разработки стратегических маркетинговых планов, которые предоставляют возможность банка приспособиться к изменениям внешней среды и обеспечить успех в конкурентной борьбе.

Влияние факторов конкуренции, маркетинговый подход формирует ориентацию банковской организации в процессе финансово-кредитной взаимодействия не в собственный продукт, а на реальные потребности предприятий-заемщиков.

**Выводы.** Таким образом, развитие механизма финансово-кредитного взаимодействия банковской организации и предприятий на основе маркетинга предполагает, что:

– целесообразно выделять следующие элементы финансово-кредитного потенциала банковской организации: потребности предприятий на кредитные ресурсы банковской организации; продукты, созданные банковской организацией и удовлетворяющие требования предприятий; политика взаимодействия банковской организации с субъектами хозяйствования, физическими лицами и другими банковскими организациями; долгосрочный ресурсный потенциал; система трансформации финансовых ресурсов в финансово-кредитные ресурсы; управления банковскими ресурсами;

– к основным элементам концептуальной модели механизма финансово-кредитному взаимодействию банковской организации и предприятия на принципах маркетинга следует отнести: систему организации и обеспечения финансово-кредитного взаимодействия; подсистему формирования финансово-депозитных ресурсов; систему трансформации и управления банковскими ресурсами; подсистему формирования долгосрочного кредитного потенциала; банковский маркетинг.

### **Список использованных источников**

1. Курбаков И.С. Основные направления эффективного управления инвестиционным портфелем / И.С. Курбаков, А.В. Корень // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2015. – №10–4. – С. 704–706.

2. Шашло Н.В. Формирование и оценка эффективности системы корпоративного управления в акционерных обществах приморского края РФ / Н.В. Шашло // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление, 2016. – №1 (24). С. 77–83.

3. Кузьмичева И.А. Система управления банковскими рисками / И.А. Кузьмичева, Э.А. Подколзина // Фундаментальные исследования. 2015, №2–25. – С. 5635–5638.

4. Осипов В.А. Влияние инфляционных процессов на ценообразование продукции и услуг торгового предприятия / В.А. Осипов, К.И. Золотаренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2015. – №7–2. – С. 302–305.

5. Киктенко А.Н. Интернет-банки в России: проблемы и перспективы / А.Н. Киктенко, О.Ю. Ворожбит // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2012. – №1. – С. 127–133.

6. Васильева М.В. Оценка эффективности и результативности использования бюджетных средств при проведении финансового контроля / М.В. Васильева // Финансовая аналитика, пробл. и решения. – М., 2011. – №13. – С. 24–34.

7. Кузьменко В.В. Финансовый контроль в системе управления бюджетными ресурсами / В.В. Кузьменко, Т.В. Никитенко. – Сев.-Кавк. гос. техн. ун-т. – Ставрополь, 2011. – 193 с.

8. Орлова В.В. Государственный финансовый контроль как важнейший инструмент оптимизации бюджетного процесса / В.В. Орлова. – Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ), Ин-т менеджмента. Каф. антикризис. упр. – М., 2010. – 144 с.

9. Кузубов А.А. Риски в процессе банковского кредитования малого бизнеса / А.А. Кузубов // Карельский научный журнал, 2016. – Т. 5. – №1 (14). – С. 48–50.

10. Орлова М.Е. Современные проблемы стандартизации бюджетного контроля в России и пути их реализации / М.Е. Орлова // Финансы и кредит. – М., 2009. – №37. – С. 51–59.

11. Павленков М.Н. Контроллинг бюджетирования: теория, практика / М.Н. Павленков, Е.В. Лабазова, И.М. Павленков, Н.А. Смирнова; под общ. ред. М.Н. Павленкова. – Н. Новгород, 2009. – 294 с.

12. Полещук Т.А. Бухгалтерский учёт в бюджетных организациях / Т.А. Полещук, О.В. Митина. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 150 с.

13. Головчанская Е.Э. Современная модель эффективного бизнеса: монография. – Книга 14 / Е.Э. Головчанская, М.Ф. Григорьев, А.А. Кузубов [и др.]; под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 192 с.

14. Санакоев Э.В. Денежные потоки предприятий и их оптимизация / Э.В. Санакоев. – Владикавказ, 2011. – 196 с.

УДК [339.138:338.1](477.61)

**Журавлёва Елена Адольфовна**  
**ассистент кафедры маркетинга**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЛНР**

**Аннотация.** Территории выступают в качестве самостоятельных экономических субъектов, которым приходится конкурировать друг с другом за привлечение необходимых ресурсов, в целях обеспечения высокого качества и уровня жизни населения. Все это определяет необходимость использования маркетинговых инструментов в социально-экономической деятельности территории. В связи с этим в статье раскрыты некоторые особенности маркетинга территории, с учётом которых должна быть разработана конкурентная стратегия региона.

**Ключевые слова:** маркетинг, территориальный маркетинг, конкурентоспособность, услуга, сервис, имидж.

**Annotation.** Territories come forward as independent economic subjects that has to compete with each other for bringing in of necessary resources, for providing of high quality and standard of living of population. All of it determines the necessity of the use of marketing instruments for so-

cio-economic activity of territory. In this connection in the article some features of marketing are exposed territories taking into account that competition strategy of region must be worked out.

**Keywords:** competitiveness, image, marketing, territorial marketing, service, service.

Большинство стран определяют направления своего развития как обеспечение устойчивого экономического роста, создание общества, основанного на знаниях, информации и инновациях, включение страны в единое научное и технологическое европейское и мировое пространство. При этом самым важным в реализации государственной политики является определение приоритетов социально-экономического развития и механизмов их реализации, под которыми следует понимать законы, бюджетное финансирование и потенциал территориальных образований.

Современные города вступают в период активной и нарастающей конкуренции между собой. Конкурировать приходится за всё – за инвестиции, информационные потоки, но, прежде всего, за людей – талантливых врачей, преподавателей, менеджеров, туристов. Удобное географическое положение или обилие полезных ископаемых уже не гарантируют территории экономический успех. Как в такой ситуации городам и районам Луганской Народной Республики сохранить население и найти свою экономическую и культурную ниши? Один из способов – освоение маркетинговых технологий, в том числе, технологий территориального маркетинга.

Территориальный маркетинг – это маркетинг, который осуществляется на определённой территории и в её интересах. Маркетинг на территории ориентирован на субъектов за её пределами. Овладение его технологиями осуществляется представителями муниципальных служб. Говоря же о целевых рынках, мы имеем в виду возможных потребителей благ территории. По мнению Филиппа Котлера, в самом общем виде потребителей территории можно подразделить на три группы: жители, участники бизнеса и гости (посетители). В основу этой классификации заложены три главных назначения территории – как места жительства, хозяйствования и отдыха.

Маркетинг территории – это продвижение её интересов через планомерное конструирование положительной репутации территории и её рекламу среди целевых аудиторий – инвесторов, потенциальных жителей, туристов и других «потребителей» места. Ключевым объектом маркетингового внимания территории является её предложение. Конечная цель маркетинга заключается в оказании влияния на поведение целевой аудитории путём предложения привлекательного пакета выгод

и минимальных затрат в обмен на желаемое поведение. Маркетинг может включать широкий комплекс управленческих и публичных мероприятий, в которых у каждой категории местного сообщества своя роль.

Одним из способов, благодаря которым территория может оставаться жизнеспособной, является предложение новых товаров и услуг. Самые активные главы городов уже давно через рекламу своего имиджа пытаются привлечь инвесторов, получить деньги на проведение юбилея города и решить многие другие насущные проблемы. Однако, не владея инструментами системного маркетинга, территории делают это хаотично и потому часто с нулевым результатом. Многому они могли бы научиться у европейских и американских городов, уже имеющих соответствующий опыт маркетинга. Европа сегодня переживает бум тематических городов—театральных, горнолыжных, торговых, книжных, ботанических, винных, сырных, кофейных, музыкальных. Для американских же поселений маркетинг вообще исконный образ жизни: с самого своего появления на карте они конкурировали с соседями, отстаивая свои интересы.

Концепция территориального маркетинга обеспечивает новое качество территориального управления. Основной задачей территориального управления сегодня является повышение привлекательности территории как места проживания и осуществления деятельности за счет максимального удовлетворения потребностей частных лиц в ресурсах и общественных благах территории. Территория, на которой в максимальной степени учтены и удовлетворены потребности жителей, будет в большей степени конкурентоспособна. Территориальные органы власти должны уметь оценивать и воздействовать на поведение потребителей.

Целевые направления маркетинга территорий:

- притягательность, престиж территории, места в целом;
- привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов.

Маркетинг территорий призван обеспечивать:

- формирование и улучшение имиджа территории, рост престижа её деловой и социальной конкурентоспособности;
- привлечение на территорию общегосударственных и иных внешних по отношению к территории заказов;
- расширение участия территории и её субъектов в реализации международных, республиканских программ за её пределами; стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за её пределами к её выгоде и в её интересах;

– повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней, но нужных ей ресурсов.

Таким образом, территории выступают в качестве самостоятельных экономических субъектов, которым приходится конкурировать друг с другом за привлечение необходимых ресурсов в целях обеспечения высокого качества и уровня жизни населения.

В деле развития территорий важное значение приобретает территориальный маркетинг. Всё это определяет необходимость использования маркетинговых инструментов в социально-экономической деятельности территории.

### **Список использованных источников**

1. Визгалов Д.В. Маркетинг города / Д.В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. – 110 с.
2. Акопян А.С. Индустрия здоровья: экономика и управление: пособие для вузов / А.С. Акопян, Ю.В. Шиленко, Т.В. Юрьева; под ред. Л.Е. Сырцовой. – М.: Дрофа, 2003. – 448 с.
3. Жердева О.В. Роль маркетинга в идентификации территорий / О.В. Жердева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №2. – С. 120–126.
4. Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Л. Нэнси. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
5. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий / А.П. Панкрухин. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
6. Важенин С.Г. Территориальная конкуренция в экономическом пространстве / С.Г. Важенин, В.Л. Берсенов, И.С. Важенина [и др.]. – Екатеринбург: Институт экономики УрОРАН, 2011. – 540 с.



**Карамушко Наталья Анатольевна**  
**старший преподаватель**  
**Чубарова Елена Михайловна**  
**студентка**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имена Тараса Шевченко»**

## **ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПЕРЕГОВОРОВ**

**Аннотация.** В данной статье проанализировано влияние факторов культурной среды на организацию переговоров на примере Китая.

**Ключевые слова:** национальная культура, культурная среда, взаимодействие, рынок, переговоры, безопасность.

**Annotation.** This article analyzes the influence of cultural environment factors on the organization of negotiations the example of China.

**Keywords:** national culture, cultural environment, interaction, market, negotiations, security.

Во многом предпринимательская деятельность определяется влиянием факторов, тенденций и сил, которые формируют угрозы и возможности фирмы на конкурентном рынке. Развитие и стабилизация рыночных отношений дают новые возможности непосредственного выхода на внешние рынки и налаживания прямых связей с фирмами разных стран в различных областях деятельности. Добиться успеха на этой сфере поможет знание особенностей: психологических, национальных, культурных, традиций и обычаев этих стран. Эти знания могут повлиять на дальнейшее развитие дел.

Исследователями были предложены около тридцати параметров поведения людей в различных национальных культурах, позволяющие выявить различия и сходство в культуре, которые послужили основой при разработке моделей изучения культурных ценностей, влияющих на организационное поведение и организационную культуру компаний в различных странах. Соблюдение формальностей, знание религиозных и языковых нюансов, личное и социальное пространство, а так же средства невербальной коммуникации помогут выстроить стратегию и тактику переговоров.

Организационное поведение играет важную роль в международном бизнесе, что стало заметно с развитием глобализации. Деловое международное общение предусматривает необходимость знания особенностей поведения представителей различных стран, что может

служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнёра при ведении переговоров.

«Вести переговоры» происходит от латинского слова, которое означает «вести бизнес», что играет огромную роль в понимании процесса переговоров, так как необходимо не просто договориться о выгодной сделке, а ставить целью продления сотрудничества с деловым партнёром.

Переговоры – это особый вид совместной деятельности нескольких лиц, которые не связаны отношениями прямого подчинения, направленный на решение стоящих перед этими лицами проблем. Задача переговоров заключается в поисках нахождения такого варианта, который позволил бы улучшить деловое общение.

Схема ведения деловых переговоров предполагает следующие этапы.

При приветствии и введении в проблематику задача состоит в установлении контакта с деловым партнёром. На этапе характеристики проблемы и предложений о ходе переговоров задача состоит в выявлении потребностей сторон. Излагая позиции и обмениваясь мнениями, происходит презентация своих предложений или идей. Далее идёт возможное решение проблемы и в завершение остаётся закрепление договорённостей.

Вследствие отношений людей, вследствие того, что найдено взаимоприемлемое решение, без проявления конфликта, вследствие мастерства ведения переговоров заключаются сделки. Национальные различия не заметны при совпадении интересов, но они начнут играть существенную роль при возникновении конфликта.

Произвести положительное впечатление на партнёра и установить с ним долгосрочные отношения поможет знание национальной специфики ведения переговоров.

Комплексный подход к оценке совокупных факторов рыночной среды позволит каждому участнику маркетинговой деятельности успешно осуществлять, разработать и обеспечить конструктивные перспективы развития и устойчивое положение среди конкурентов.

Рассмотрим влияние факторов культурной среды на организацию переговоров на примере Китая.

В вопросах ведения бизнеса китайцы крайне недоверчивы, здесь найти достойного партнёра необычайно трудно. Китайцы воспринимают коммерческие предложения от европейцев с большой осторожностью.

Следует начинать с выбора посредника. Только после достигнутой договорённости, в соответствии с китайским деловым этикетом,

вы должны предоставить потенциальному партнёру полную информацию о своей компании и изложить желаемый результат встречи.

Китайцы разграничивают переговоры на отдельные этапы: уточнение позиций на первоначальном этапе, их обсуждение и заключительный этап переговоров. Большое внимание уделяется манере поведения и внешнему виду партнёров, особенно на начальном этапе переговоров, так как служат индикатором для определения статуса каждого участника переговоров. Китайцы ориентируются на людей с более высоким статусом, так как стараются с помощью таких партнёров оказать своё влияние на позицию противоположной стороны в переговорах.

Важную роль китайские участники переговоров отводят сбору информации относительно предмета обсуждения. Но ещё большее значение для них играет формирование «духа дружбы», что в значительной степени обусловлено китайскими культурными традициями и ценностями – это, по сути, хорошие личные отношения между партнёрами. В отношении делового этикета китайцы довольно педантичны.

При встрече китайцы могут обмениваться рукопожатиями – сначала жмут руку наиболее высокопоставленного лица и по старшинству – или поклониться или кивнуть. Вы должны прибыть на встречу вовремя или немного раньше, в этой стране пунктуальность – это символ добродетели. Опоздав, вы можете оскорбить деловых партнёров, следовательно, исход переговоров будет не в вашу пользу. В разговоре следует использовать только фамилию и официальную должность китайца. Иностранцу, представляясь, необходимо обозначить все свои титулы.

В этой стране существует традиция совмещать деловые переговоры с последующими угощениями, не менее 20 блюд, что обсуждается заранее, так как придают большое значение налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранным партнёром. Во время беседы китайцы проявляют искренний интерес к вам, расспрашивая вас, например, о вашей семье. Подача супа к столу – сигнал того, что обед близится к завершению. Гости встают из-за стола первыми.

Переговоры с китайской стороной могут затянуться от нескольких дней до нескольких месяцев. Решения в этой стране принимаются коллегиально, с согласованиями на всех уровнях, что занимает немало времени. Китайские бизнесмены принимают решений, досконально изучив все аспекты и последствия предполагаемых сделок, поэтому необходимо направить подробное описание вашего предложения заранее за месяц до командировки в Китай. Китайцы придают большое значение выполнению достигнутых договорённостей. Следуя традициям, гость говорит первым.

После того как китайская сторона оценит возможности потенциального партнёра, она делает уступки, обычно под конец переговоров. В результате переговоры возобновляются. Однако и ошибки, допущенные партнёром в ходе переговоров, умело используются китайской стороной. Окончательные решения обычно принимаются китайскими участниками дома.

Подарки лучше делать не определённому лицу, а всей компании, так как местные правила могут запрещать принимать личные подарки. Если вручаете подарок, то избегайте подарков чрезмерно дорогих, чтобы не поставить китайцев в неудобное положение, а корпоративные подарки вручайте главе организации. Упаковка должна быть простой. Предпочтительнее красная бумага для обёртывания подарков, но избегайте красных надписей на открытках и белого цвета для обёртывания подарка – это цвет смерти. Нельзя дарить зарубежную валюту и монеты, сыр, столовое вино западного типа, часы и фрукты.

Таким образом, на примере Китая мы обосновали влияние национальных, культурных, психологических особенностей на организацию переговоров.

### **Список использованных источников**

1. Подопригора М.Г. Организационное поведение: учебно-методическое пособие по курсу для студентов старших курсов и магистрантов / М.Г. Подопригора. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. – 261 с.

2. Национальная культура и особенности поведения людей в международных организациях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://online-books.net.ua/bookaup/276/read/3805> (Дата обращения: 15.02.2017).

3. Сорокина А.В. Основы делового общения Ответы на экзаменационные вопросы по основам делового общения Национальные особенности делового общения [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/6208281/page:21> (Дата обращения: 15.02.2017).

4. Латфуллин Г.Р. Организационное поведение: учебник для ВУЗов. / Г.Р. Латфуллин, О.Н. Громова // Санкт-Петербург: ЗАО Издательский дом «Питер», 2004. – 432 с. Организационное поведение в международном бизнесе [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [http://www.libma.ru/delovaja\\_literatura/organizacionnoe\\_povedenie\\_uchebni\\_k\\_dlja\\_vuzov/p15.php](http://www.libma.ru/delovaja_literatura/organizacionnoe_povedenie_uchebni_k_dlja_vuzov/p15.php) (Дата обращения: 15.02.2017).

Корниенко Юлия Юрьевна

к.э.н., доцент

Корниенко Константин Евгеньевич

студент

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Владимира Даля»

## НАПРАВЛЕНИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА

**Аннотация.** Рассмотрены средства стимулирующего воздействия, основные направления стимулирования рынка сбыта товаров, характеризующие эффективность деятельности компании в соответствии с потребительскими стандартами.

**Ключевые слова:** сбыт, товародвижение, конкурентоспособность, потребители, рынок, качество, эффективность.

**Annotation.** The stimulus funds, the main directions of goods sales market incentives that characterize the effectiveness of the company's activities in accordance with consumer standards.

**Keywords:** sales, merchandising, competitiveness, consumers, market, quality, efficiency.

Одним из вопросов организации сбыта является анализ расходов на сбыт, определение торговых наценок, разработка мероприятий по повышению увеличению рентабельности работ по сбыту товаров и деятельности фирмы в целом. При анализе сбытовых расходов считаются затраты на выполнение следующих функций: транспорт, реализация ассортимента, хранение, контакты, реклама, управление продажами, прочие издержки.

Решение вопросов стимулирования сбыта товара начинается с расчёта расходов на мотивацию. Мотивация включает следующие виды маркетинговой деятельности: разработка стратегии маркетинга, рекламное обеспечение, исследование рынка сбыта, стимулирование повышения конкурентоспособности товара, товародвижение, планирование и контроль маркетинга. Выполнять любую работу с ориентацией на потребителя очень сложно, поэтому качество и напряжённость труда необходимо стимулировать морально и материально [1].

К средствам стимулирующего воздействия относятся стимулирование потребителей, сферы торговли, стимулирования торгового персонала фирмы.

Стимулирование потребителей осуществляется с применением следующих методов:

– распространение бесплатных образцов среди потребителей или на пробу по почте, раздача в магазине, бесплатное приложение к другому образцу товара, к рекламному приложению;

– рассылка по почте, печать в газетах, рекламных приложениях объявлений, дающих право потребителю на указанную экономию при покупке определённого товара;

– предложение товаров по низкой цене в качестве премии или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара;

– проведение конкурсов с бесплатной выдачей приза;

– предоставление талонов потребителям при совершении покупки, которые они впоследствии могут обменять на какой-либо товар;

– проведение рекламных акций, демонстраций товара в местах его продажи.

Стимулирование сферы торговли производится с применением следующих методов: зачёты за покупку, предоставление товаров бесплатно, зачёты дилерам за включение товара в номенклатуру, проведение совместной рекламы, проведение торговых конкурсов, выдачи премий.

Стимулирование торгового персонала осуществляется с применением следующих методов: премии, конкурсы, семинары продавцов, путёвки [2].

К основным направлениям стимулирования рынка сбыта товаров следует отнести следующие:

Понимание источников конкурентного преимущества, к которым относят:

– лучшую позицию (затраты, дифференциация, защищённая ниша);

– лучшие ресурсы (охват, экономия в масштабах, финансовые структуры, опыт работы на рынке, глобализация, интернационализация);

– лучшие знания (специальные знания, ориентация на потребителя, торговые связи, техническая квалификация, гибкая организация).

Понимание дифференциации, сутью которой являются: лучшее качество товара; новаторские возможности товара; уникальный товар или услуга; сильная торговая марка; лучший сервис (скорость, отзывчивость, способность решать проблемы); широкий охват системы распределения.

Понимание «окружающей среды» компании как способность достаточно быстро отреагировать на происходящие с ней изменения. Различают:

– макроокружение (политическое, экономическое, технологическое, социальное);

– рыночное (отраслевое) окружение (размер и потенциал рынка, поведение потребителей, сегментация, поставщики, каналы, практика производства, прибыльность отрасли).

Понимание конкурентов, к которым относятся:

- прямые конкуренты;
- потенциальные конкуренты;
- товары-заменители;
- интеграция с поставщиками;
- интеграция с потребителями;
- прибыльность конкурентов;
- сильные и слабые стороны конкурентов.

Понимание сильных и слабых сторон, включая проведение формального анализа собственной рыночной позиции фирмы по каждому из занимаемых сегментов рынка: планированию, покупкам, производству, продажам, сервису, финансам, управлению.

Понимание сегментации рынка как основного источника коммерческого успеха. Секрет успеха в том, чтобы изменять предложение соответственно изменениям потребностей и не предлагать один и тот же товар или услугу всем подряд.

Изучение динамики развития рынка товаров, которое заключается в проведении анализа жизненного цикла товаров для разных сегментов рынка. При этом завоевание доли зрелого рынка даётся трудно и приводит к более низким ценам.

Проведение портфельного анализа товаров и рынков, который позволит правильно устанавливать цели и эффективно распределять ресурсы компании, поддерживать непрерывную прибыль, инвестировать в рост, управлять ради добывания средств.

Установление чётких стратегических приоритетов, включая разработку стратегического бизнес-плана, содержащего задачи, финансовые результаты, обзор рынка, SWOT-анализ ключевых сегментов, результаты по портфелям, предположения, цели и стратегии маркетинга, бюджет.

Ориентация на потребителей во всех функциях организации:

- удовлетворение нужд потребителей;
- организация межфункциональных коллективов вокруг групп потребителей и основных процессов;
- отношение к потребителям как к судьям качества.

Обладание профессиональными навыками, связанными с основными концепциями, инструментами и техникой маркетинга, к которым относят:

- маркетинговые исследования;
- анализ расхождений;

- рыночное сегментирование;
- анализ жизненного цикла товара;
- портфельный менеджмент;
- управление базами данных;
- управление товарами, ценообразованием, каналами сбыта, рекламой и продвижением товаров.

Проявление решительности в руководстве коллективом путём создания стратегического маркетингового плана, который определит вклад каждого работника компании.

Таким образом, для коммерческого успеха компании необходимо предлагать только идеальные товары и услуги, эффективно осуществлять свою деятельность, а также творчески подходить к вопросам лидерства и к персоналу. Это определяет необходимость постоянно отслеживать состояние окружающей среды, рынка, конкурентов и анализировать эффективность деятельности в соответствии с потребительскими стандартами.

#### **Список использованных источников**

1. Дейян А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, А. Троадек / пер. с франц. М. – 1994. – 342 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник. – М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел-синтез», 2000. – 454 с.
3. Чернов В.А. Управленческий учёт и анализ коммерческой деятельности / под ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 354 с.

УДК 65.012

**Понизовная Анастасия Евгениевна**  
магистрант  
**Моць Илья Владимирович**  
магистрант  
**Деркачева Виктория Витальевна**  
к.э.н., доцент  
**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

### **ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация.* Экономическую безопасность в условиях маркетинговой среды обеспечивают показатели платежеспособности



субъекта, прибыльности, высокой рентабельности, конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** микросреда, макросреда, конкурентоспособность, рентабельность, кризис

**Annotation.** Economic security in the conditions of the marketing environment provide indicators of the solvency of the entity, profitability, high profitability, and competitiveness.

**Keywords:** the micro environment, the macro environment, competitive, profitability, crisis

Совокупность субъектов таких, как: клиенты, поставщики, конкуренты, и другие составляют микросреду предприятия. Экономические, демографические, технологические, политические и другие субъекты относят к макросреде. Микро и макросреда образует внешнюю маркетинговую среду. Внутренняя маркетинговая среда – это среда внутри субъекта, которая им контролируется [3].

Экономическая безопасность представляет собой обеспечение условий для устойчивого развития общества. Это сложная, многоуровневая функциональная система, в которой непрерывно происходят взаимодействие и противоборство жизненно важных интересов субъекта экономических отношений, социальных групп, общества, государства, с нереализуемыми как внутренними, так и внешними угрозами этим интересам. В современных условиях на экономической безопасности влияют все субъекты рынка [1].

Во внутренней маркетинговой среде на развитие субъекта влияет правильное определение задач развития, принятие мер по использованию возможностей субъекта и устранению угроз, выполнение поставленных задач. Взаимодействие всех подразделений субъекта рынка в общем направлении и успешное выполнение общей задачи должно обеспечить экономическую безопасность.

На уровне микросреды развитие экономической безопасности субъекта рынка определяют следующие показатели: увеличение и постоянство дохода конкретного субъекта, сохранение платёжеспособности, стремление к отсутствию кредиторской задолженности и другие.

В условиях макросреды показателями экономической безопасности являются: географическое положение страны, конкурентная способность страны, развитие государственных систем поддержки отраслей, наличие важных материальных благ и другие. Макросреда влияет на деятельность микросреды и соответственно на внутреннюю деятельность конкретного субъекта рынка [2].

От экономической безопасности в маркетинговой среде полностью зависит развитие субъектов рынка, выбор приоритетных целей, принятие решений, деятельность в целом. Главными задачами в благоприятных экономических условиях является: сохранить и приумножить благосостояние субъекта, правильно использовать приоритеты и возможности, постоянно отслеживать и анализировать все изменения во внешней среде, ликвидировать возможные угрозы и укреплять слабые стороны субъекта.

Субъект рынка в маркетинговой среде для обеспечения экономической безопасности должен следовать утверждённой концепции, которая может включать следующие блоки: выявление проблемной ситуации, определение целевой установки, построение системы, определение потребностей для обеспечения необходимой безопасности, разработка и внедрение мер для экономической безопасности, анализ применённой концепции.

Субъект может задействовать следующие показатели для анализа развития экономической безопасности: конкурентоспособность, объём ресурсов, объём прибыли и другие.

Одной из основных показателей деятельности на рынке является конкурентоспособность. Увеличение объёма занимаемого на рынке, эффективная реклама, увеличение спроса, усовершенствование технологий и других показателей отражают эффективную конкурентоспособность.

Объём ресурсов играет не посредственную роль в экономической безопасности. Имея достаточное количество технических, информационных, материальных, капитальных и человеческих ресурсов субъект производит свою деятельность и в конечном итоге получает прибыль.

Объём полученной прибыли главный конечный показатель деятельности. На прибыль влияет каждое решение организации, отражается эффективность принятого того или иного действия.

Для развития субъекта рыночной деятельности необходимо принимать меры по внедрению новых технологий, нового ассортимента, привлечению новых квалифицированных кадров, стимулированию сбыта. На конкретном сегменте рынка потребуются разные количество вложений сил и инвестиций для обеспечения экономической безопасности. Внедрение новых технологий повлечёт за собой усовершенствование качества продукции и уменьшение затрат на производство, а в результате привлечение потребителей и ценовой и качественной позицией на рынке. Новый ассортимент позволит расширить объём занимаемый на рынке и привлечение новых потребителей. Привлечение квалифицированных кадров позволит более рационально

использовать возможности планирования и производства, что позволит снизить затраты. Так же необходимо стимулировать сбыт, для увеличения объёмов реализации, с помощью применения рекламы, скидок, акций, гарантийного обслуживания, подарков и так далее.

Анализ деятельности субъектов показал, что в период экономического кризиса субъекты принявшие меры сокращать затраты на маркетинговые службы, внедрение новых технологий, разработку новшеств, стимулирование сбыта понесли большие затраты, а некоторые вообще прекратили свою деятельность из-за не платёжеспособности. В это же время субъекты принявшие решения увеличение деятельности маркетинговых служб наоборот получали прибыль и обеспечили свою экономическую безопасность вопреки экономическому кризису.

Маркетинговая среда ставит субъект деятельности рынка перед большим количеством вопросов и путей решения. Принятое правильное решение сопровождается в дальнейшем получением выгод и прибыли, что в свою очередь обеспечит экономическую безопасность этого субъекта.

### **Список использованных источников**

1. Авдийский В.И. Теневая экономика и экономическая безопасность государства: учебное пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. – 496 с.

2. Арбатов А.А. Экономическая безопасность России: Общий курс: учебник / А.А. Арбатов, В.К. Сенчагов А.А. Ведев; под ред. Сенчагова В.К. – М.: БИНОМ. ЛЗ, 2009. – 115 с.

3. Богомолов В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учебное пособие / В.А. Богомолов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 279 с.

4. Ткаченко В.Г. Основы маркетинговой деятельности фирмы: учебное пособие / В.Г. Ткаченко, В.И. Богачев, Н.В. Брагинец. – Луганск: «Книжный мир», 2000. – 236 с.

Слепенчук Денис Константинович  
студент  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

## ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕРЧАНДАЙЗИГА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЦЕССА В СОЕДИНЁННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается понятие мерчандайзинга и его развитие в США, описаны первоначальные идеи по внедрению мерчандайзинга, процесс его эволюции и новейшие тенденции его развития на современном этапе.

**Ключевые слова:** мерчандайзинг, история развития мерчандайзинга, эволюция мерчандайзинга, предназначение мерчандайзинга, развитие мерчандайзинга как науки на современном этапе.

**Annotation.** This article discusses the notion of merchandising and its development in the US, describes the initial ideas for the introduction of merchandising, the process of its evolution and the latest trends in its development at the present stage.

**Keywords:** merchandising, the history of merchandising, the evolution of merchandising, the purpose of merchandising, the development of merchandising as a science at the present stage.

Мерчандайзинг – это составляющая маркетингового процесса, при помощи которой определяется методика и принципы продажи продукции в магазине, супермаркете.

Основным предназначением мерчандайзинга является определение набора продаваемой продукции, а также способы и варианты выкладки товаров на полках, оснащение их различными видами рекламных средств.

Первоначальная идея внедрения мерчандайзинга зародилась и постепенно начала выдвигаться от розничных торговцев – сетей супермаркетов. Среди ассортимента продукции, имеющегося у предприятия, можно достаточно четко выделить те марки и упаковки, которые завоевали наибольшую популярность среди потребителей, от торговли которыми предприятие получает наибольшую прибыль. Именно в продвижении данной продукции и заинтересованы розничные торговцы. Если облегчить поиск и выбор нужного покупателю товара, превратив при этом сам процесс выбора и покупки в увлекательное занятие и, таким образом, расширив время пребывания потребителя в торговом зале,

вполне можно получить дополнительный эффект. Помимо того, мерчандайзинг стал использоваться и производителями, поставщиками товаров для стимулирования сбыта [1].

В процессе своей эволюции, мерчандайзинг стал ещё и инструментом, который даёт весьма ощутимые конкурентные преимущества. Статистика свидетельствует о том, что покупатели оставляют на 13% больше денег в тех магазинах, где мерчандайзинг продукции безупречен.

Зародился мерчандайзинг как набор не связанных между собой элементов маркетинга ещё в период Великой депрессии в США в 1930–1935 гг. В этот период предприятия искали всевозможные варианты, с помощью которых можно было бы вывести фирму на новый, более высокий для неё уровень, который обеспечил бы предприятию высокий уровень конкурентоспособности и выживания в наиболее трудные для него периоды. Вплоть до 60–х годов двадцатого столетия мерчандайзинг развивался довольно медленно, будучи лишь одним из наборов методов и видов размещения продукции. После чего рынок продавца стал плавно переходить в рынок покупателя. В тот период серьёзно возросла конкуренция за потребителей между продавцами, в связи с чем огромная часть продукции и вовсе не находила своего покупателя и имела довольно низкий спрос. В связи с этим, мерчандайзинг стал более востребованным и начал развиваться стремительными темпами, постепенно перерастая из набора методов и приёмов по размещению продукции в целую науку. Как было уже упомянуто ранее, мерчандайзинг возникнул как определённая группа методов размещения товаров и рекламных материалов в определённой торговой точке, целью которого была более быстрая реализация и увеличение общих объёмов продаж в супермаркетах. Спустя всего несколько лет мерчандайзинг стал появляться даже в аптеках, которые позаимствовали данный вид деятельности, увидев его огромнейшие преимущества, основными из которых были: полный порядок на полках, красивое оформление, улучшение имиджа. Благодаря этим преимуществам появился уже совершенно иной круг потребителей, а прибыли самих аптек стали значительно возрастать. Также это стало выгодно и потребителям, которые неоднократно заявляли, что процесс выбора лекарственного средства значительно улучшился и упростился в разы.

Новейшие тенденции развития мерчандайзинга учитывают накопленный веками опыт. В первую очередь, потребитель продукции стал рассматриваться в долгосрочной перспективе, с расчетом на то, что он будет приобретать определённую продукцию на протяжении длительного периода времени (нескольких лет, возможно даже десятилетий). Стала также рассматриваться вся сумма покупок за весь

период жизни покупателя, и даже его возможности по привлечению новых покупателей, таких как: члены семьи, друзья, родственники, коллеги, сослуживцы, соседи, единомышленников и пр. Что касается демографической ситуации, то она также всегда оказывала значительное влияние на процесс розничной торговли и на самого производителя продукции в целом. С учётом низкого уровня рождаемости и растущей продолжительности жизни населения стала увеличиваться ценность непосредственно каждого потребителя в глазах производителей продукции. Не смотря на это, число покупателей остаётся прежним, а вот производителей продукции становится в разы больше. Учитывая данные обстоятельства, можно сделать вывод, что полная либо же частичная потеря потребителя – это серьезнейший урон для производителя продукции. Если же складывается ситуация, при которой потребитель переходит на сторону прямых конкурентов, то потеря тройне. Правильно организованный и поставленный мерчандайзинг предотвратит данный процесс и способствовать привлечению всё новых и новых потребителей продукции. Исходя из исследований, которые провели американские маркетологи Э. Райс и Дж. Траут, выяснилось, что куда проще удержать постоянного потребителя продукции, нежели приобрести нового. Для того чтобы потребитель всегда сохранял верность, в период возрастающей конкуренции, необходимо создать такие условия, чтобы он был доволен товаром либо же местом его приобретения. Как выяснилось, если покупатель лояльно относится к магазину, то в среднем этот показатель должен составлять приблизительно 35% (в зависимости от цены товара, его дефицитности, этот показатель должен значительно увеличиваться, в противном же случае, может оказаться под угрозой само существование магазина) [2].

В настоящее время значительно увеличился рост конкуренции и научно – технического прогресса, в связи с этим появилось огромное число разнообразных, инновационных и высокотехнологических товаров, производимых различными производителями, численность производимых товаров которыми растёт практически ежедневно. Довольно высокие стандарты качества и требования, предъявляемые как к товару, так и к производителю зачастую приводят к обезличиванию продукции. Выбор самого потребителя лишь на 20% определяется основными свойствами и качеством продукции, и на целых 80% его дизайном, ценой, маркой, удобством. Исходя из этого, можно сделать вывод, что одной из главных задач является привлечение внимания потребителя. Согласно информации из различных источников, процесс принятия решения о покупке в самом магазине составляет приблизительно 65–70%, а в кассовой зоне этот показатель и вовсе взмахивает до целых 85–90%, что свидетельствует о том, что магазин представляется

производителям как место, где они могут развернуть свои «боевые действия». Здесь же основной задачей для непосредственно каждого потребителя является выделение собственной продукции из множества подобных ей видов [3].

Набор средств мерчандайзинга, используемых продавцами в настоящее время – обширен и разнообразен: вывески, диспенсеры, манекены и рекламные печатные материалы, аудиовизуальные материалы, наклейки, дизайн упаковки товара.

Эффективно и результативно новейшее специализированное брендированное оборудование, такое как: стеллажи, холодильники, тележки, стойки для товара, дисплеи. Витрины, вывески, указатели «работают» как снаружи, так и внутри магазина.

Основными средствами по стимулированию покупателей являются: скидки, купоны, продажа по сниженным ценам, бесплатные образцы, зачетные талоны, сувениры, а также различного рода лотереи и конкурсы.

Таким образом, мы убедились в том, что мерчандайзинг способствует увеличению продаж, повышению посещаемости магазинов, созданию и поддержанию имиджа, рациональному управлению товарными запасами, увеличивает прибыль и долю рынка. Концепцию мерчандайзинга составляет система конкретно поставленных задач перед компанией в определенной области. Стоит также упомянуть, что данные задачи взаимосвязаны между собой и могут быть решены только в комплексе, в противном случае компании не достичь своей конечной цели – повышения прибыли компании за счет создания у покупателя желания купить продвигаемый товар.

### **Список использованных источников**

1. Котлер Филип «Маркетинг в третьем тысячелетии» / Филип Котлер. – М.: АСТ, 2000. – 432 с.
2. Масляева М. Мерчандайзинг – современный двигатель торговли. Экономика и жизнь. Издательский дом «Экономическая газета». №11 (9327) март 2010 г. – С. 19.
3. Канаян Кира и Рубен «Мерчандайзинг» / Кира и Рубен Канаян, Москва – «РИП-холдинг», 2001. – 321 с.
4. Эстерлинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле / С. Эстерлинг [и др.] – СПб.: Питер, 2004. – 304 с.
5. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера / В.В. Снегирева – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.
6. Сысоева С.В. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г.Г. Крок – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.

Сударкина Людмила Юрьевна  
ассистент кафедры маркетинга  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

## ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** Раскрыта сущность и особенности понятий «экономическая безопасность» и «маркетинговая безопасность» предприятий. Рассмотрены роль, место и влияние маркетинговой безопасности на маркетинговую политику предприятия.

**Ключевые слова:** маркетинговая политика, экономическая безопасность, маркетинговая безопасность.

**Abstract.** The article reveals the essence and characteristics of the concepts «economic security» and «security marketing» companies. The role, place and impact of marketing security marketing policy of the enterprise.

**Keywords:** marketing policy, economic security, marketing, security.

Работая в нестабильной экономической среде, большинство предприятий переживает глубокий спад производства, что также представляет определённую опасность для экономики и социальной стабильности в регионе.

Когда продукция предприятия не востребована рынком, когда происходит длительный спад в технологическом развитии страны, то предприятие не может ощущать себя в экономической безопасности.

Под экономической безопасностью предприятия следует понимать защищённость его научно–технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых или косвенных экономических угроз (например, связанных с неэффективной научно-промышленной политикой государства или формированием неблагоприятной внешней среды) и способность его к воспроизводству.

Главная цель экономической безопасности предприятия в настоящее время заключается в обеспечении его устойчивого и максимально эффективного функционирования, а в будущем – высокий потенциал развития и роста предприятия.

Процесс маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов, товаров проводится с применением современных информационных систем и технологий, что в свою очередь увеличивает актуальность экономической безопасности информации в процессе маркетинговой деятельности предприятия.



Успешная и продуктивная маркетинговая политика формирует устойчивый спрос на продукцию предприятия в долгосрочной перспективе, что позволяет обеспечить необходимый уровень экономической безопасности предприятия.

Маркетинговая политика представляет собой сочетание внешних (окружение, конкуренция, правовая система и институциональные факторы) и внутренних элементов (товар, цена, продвижение, распределение). Немало важно, чтобы все элементы маркетинговой политики взаимодействовали между собой. К тому же, необходим постоянный систематический анализ и планирование маркетинговой деятельности. Именно поэтому связующим звеном между внутренними и внешними элементами с анализом и планированием можно выделить непосредственно маркетинговую безопасность.

При рассмотрении комплекса маркетинговой политики в целом, маркетинговую безопасность можно поставить на первое место. А основной целью маркетинговой безопасности можно выделить защиту предприятия от неэффективно выбранной модели поведения на рынке путём избегания ошибок в продуктовой, сбытовой, коммуникационной или ценовой политике.

Маркетинговая безопасность – это система обнаружения, анализа и предотвращения угроз, поступающих от внутренних и внешних элементов комплекса маркетинга предприятия. К «внутренним элементам комплекса маркетинга относятся: товар, цена, размещение, продвижение» [1, с. 34]. В свою очередь, к внешним элементам можно отнести окружение предприятия, которое включает посредников, поставщиков, потребителей, конкурентов, СМИ, финансовые институты, рекламные агентства. Также огромное внешнее влияние оказывает экономическая, политико-правовая, демографическая, технологическая, информационная среда.

Важно отметить, что «маркетинговая безопасность предприятия отражает взаимосвязь и соответствие внутренних возможностей предприятия с рыночной средой, более того, внутренние элементы комплекса маркетинга должны эффективно сочетаться между собой и учитывать действие внешних элементов. С помощью средств маркетинговой безопасности происходит донесение продукта до конечного потребителя» [5, с. 27].

В связи с этим, можно утверждать, что маркетинговая безопасность важна на всех этапах маркетинговой политики (от зарождения предпринимательской идеи до вывода товара с рынка).

Задача маркетинговой безопасности – обеспечить безопасность составляющих комплекса маркетинга (начиная от стадии разработки технологии до выхода готового продукта). Поэтому особое внимание

уделяется продукту (содержание сделки), цене (выгодная цена в данной сделке) и продвижению (построение благоприятных отношений с партнёром), т.к. данные элементы являются основополагающими в формировании прибыли и наращивании активов компании.

Система маркетинговой безопасности предприятия должна блокировать и нейтрализовывать открытые и уязвимые места компании и формироваться на основе таких принципов, как предвидение, законность, согласованность, развитие, системность, экономическая целесообразность и т.д. Под принципами маркетинговой безопасности предприятия понимают своевременное выявление и профилактику возможных угроз маркетинговой безопасности предприятия; маркетинговая безопасность должна формироваться на основе комплексного использования всех имеющихся в распоряжении предприятия сил и средств.

Механизм противодействия угрозам маркетинговой безопасности должен базироваться на основании взаимодействия и координации усилий всех подразделений, служб предприятия, государственных органов, внешних организаций, то есть всех институтов, которые способны повлиять на повышение маркетинговой безопасности предприятия.

Информация, предоставляемая для открытого доступа, требует чёткого соблюдением соотношения гласности и секретности. Каждый работник должен быть высоко компетентным специалистом в своей отрасли и на профессиональном уровне заботиться о маркетинговой безопасности предприятия в процессе своей работы (именно работники часто генерируют угрозы для предпринимательской деятельности, сознательно или бессознательно распространяя закрытую информацию о размере активов, финансовых результатов, объёма продаж, банковских счетов, технологий, клиентских списков и т.д.). Расходы на формирование маркетинговой безопасности должны быть экономически целесообразными. Маркетинговая безопасность предприятия должна соответствовать принципам системности, предполагать учёт всех факторов, влияющих на маркетинговую безопасность предприятия, вовлечения в процесс её формирования всех сотрудников, использование всех сил и средств для выявления, анализа и устранения угроз предпринимательской деятельности [2, с. 81–82].

Некоторые компании при проведении пресс-конференций или участии в открытых форумах научились грамотно сортировать и отделять закрытую, способную нанести реальный ущерб информацию, и открытую информацию, позволенную для публикации. Рынок – структура сложная и порой непредсказуемая. Именно поэтому, положительные результаты системы маркетинговой безопасности достаточно очевидны. К ним можно отнести и усиление конкуренции, и увеличение

удовлетворённости клиентов, и увеличение прибыльной доли, а также большая экономия в издержках, и эффективное осуществление системой продаж. Следовательно, эффективно работающая система маркетинговой безопасности – один из основополагающих факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность, а также на конкурентоспособность компании.

### **Список использованных источников**

1. Артемьева Ю.В. Маркетинговая безопасность? Принцип работы / Ю.В. Артемьева // Маркетинг в России и за рубежом, 2011. – №6. – С. 32–37.

2. Белоус Н.Д. Теоретическое обобщение составляющих и факторов формирования экономических безопасности предприятий / Н.Д. Белоус // Сборник научных трудов ВНАУ. – Серия: Экономические науки, 2012. – №1. – Т. 3. – С. 73–83.

3. Казакова Н.А. Управленческий анализ и аудит компании в условиях кризиса: учебно-практическое пособие / Н.А. Казакова. – М.: Дело и сервис, 2010. – 304 с.

4. Короткова Т.Л. Современные тенденции в маркетинге. Инновации в управлении бизнесом / Т.Л. Короткова. – М.: Нобель Пресс, 2013. – 323 с.

5. Реверчук Н.И. Управление экономической безопасностью предпринимательских структур: монография / Н.И. Реверчук. – Львов: ЛБИ НБУ, 2004. – 195 с.

## РАЗДЕЛ 7

# ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

УДК [101.8] – 327(330.1)

Кревсун Маргарита Владимировна  
к. пед. н., профессор  
Таганрогский институт имени А.П. Чехова  
(филиал ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

### КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

**Аннотация.** В исследовании показана связь между необходимостью развития человека как творческой личности, как свободного человека и трансграничного сотрудничества. Рассматривается влияние институциональных и ментальных структур экономической деятельности на общество.

Цель данного исследования состоит в определении влияния культуры на экономическую эффективность в условиях открытого и свободного сотрудничества стран и регионов.

**Ключевые слова:** творческий человек, институциональные структуры, ментальные структуры, трансграничное сотрудничество, культура, эмерджентность, эффективность.

**Annotation.** The study shows the connection between the need to develop a person as a creative person, as a free person and cross-border cooperation. The influence of institutional and mental structures of economic activity on society is considered.

The purpose of this study is to determine the impact of culture on economic efficiency in the context of open and free cooperation between countries and regions.

**Keywords:** creative person, institutional structures, mental structures, cross-border cooperation, culture, emergence, efficiency.

Современное общество – общество, формирующееся с конца 60-х годов XX века, характеризуется изменением детерминант экономического роста и экономического развития. В новой модели экономического развития главным участником является творческий человек, действующий свободно в открытой экономике. В науке всё больше укрепляется представление о зависимости экономического прогресса от социального, а не наоборот [1].

В анализе структуры экономической деятельности как конструкции, обеспечивающей развитие свойств экономики, рассматривают экономические структуры двух типов: 1) собственно экономические единицы и 2) структуры «обрамления». Оба типа структур включают человека творческого, действующего в постоянно изменяющейся среде. Структуры «обрамления» прямо включают параметры институциональных и ментальных характеристик человеческого общежития [2].

Институциональные структуры проявляют соотношение политических социально-экономических функций различных уровней общества и власти, соответствующие сложившемуся и действующему в стране законодательству. В условиях открытых обществ и экономик в данных структурах отражаются и потребности трансграничного сотрудничества.

История регионального трансграничного сотрудничества Российской Федерации и Украины, Донбасса в частности, начинается с 90-х годов XX века. В 2010 году был образован еврорегион «Донбасс». Следует отметить, что регионально Донецкая область в 90-е годы XX века как площадка Зон приоритетного развития показала высокие, прогрессивные результаты. Развитие трансграничного сотрудничества не оставалось без внимания и представительских органов власти. Во время 9-го заседания межпарламентской комиссии по сотрудничеству Верховной рады Украины и Федерального собрания Российской Федерации, которое состоялось 29 ноября 2010 г., было принято решение о создании депутатской подгруппы по развитию трансграничного сотрудничеств [3]. До 2014 года украинская власть принимала во внимание потенциальные возможности, заложенные в трансграничном сотрудничестве, и определённое время после февраля 2014 года инерционно осуществлялось это сотрудничество с Российской Федерацией. Однако политический кризис и квазиполитические цели, как приоритетные для Украины, трансграничное сотрудничество с Российской Федерацией свели к нулю. В современных условиях существования ЛНР и ДНР вопрос о развитии трансграничного сотрудничества актуализируется, и его решение становится возможным и неизбежным. Трансграничное сотрудничество позволяет реализовать требования к современной рабочей силе. Трансатлантичность – важное качество для реализации функций современной рабочей силы в экономическом росте и в повышении экономической эффективности [4].

В рамках развития потенциала трансграничного сотрудничества необходимо реализовывать составляющие ментальных структур современной экономики.

Ментальные структуры отражают соотношение мировоззренческих, этических, морально-нравственных качеств в поведении человека – нового, то есть творческого человека.

Творческий человек имеет качества рабочей силы, характеризующие воплощение человеческого капитала. Наряду с образованием – основой человеческого капитала, важными составляющими его являются культурный уровень человека и возможность свободно перемещаться в мире.

Философия 90-х годов рассматривает человека в измерении гуманистических идеалов и духовной культуры [5].

Культура – категория, выражающая исторически определённый уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях. Культура рассматривается также как отрасль социальной сферы экономики, включающая музеи, театры, кино, художественное творчество, разные виды культурно-образовательной деятельности, искусства [4; 6]. Культурное сотрудничество в рамках трансграничного региона «Донбасс» начиналось в период 90-х годов как совместные проекты культурных учреждений и сообществ Ростовской области и Луганской области, в частности Таганрогского педагогического института имени А.А. Чехова и Луганского национального университета имени Тараса Шевченко, что давало необходимые для развития двух регионов результаты. В современных условиях формы и направления культурного взаимодействия Южного Федерального Округа Российской Федерации и Луганской Народной Республики не только возобновлены, но и наполняются новым содержанием – гуманизации связей, их диверсификации с переходом на смежные отрасли деятельности.

Трансграничная связь экономик и развитие культуры человека обеспечивают эмерджентность системы экономики, т.е. новые качества и свойства этой системы, которые возникают вследствие объединения этих элементов [6].

В современный период экономическая эффективность является составляющей социально-экономической эффективности. Последняя – всё больше определяется факторами, выходящими за пределы качества экономических факторов как таковых. К этим новым факторам относятся культура, способность человека сочувствовать происходящему в мире, в окружающей его среде.

## Список использованных источников

1. Марцинкевич В.И. Экономика человека: учебное пособие для высш. учеб. заведений / В.И. Марцинкевич, И.В. Соболева. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Градов А.И. Национальная экономика / А.И. Градов – СПб.: Питер, – 2007. – 240 с.
3. Сухарева О. Трансграничное сотрудничество Украины с РФ: ломать – не строить. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://m.ritmeurasia.org/news--2016-09-03--transgranichnoe-sotrudnichestvo-ukrainy-s-rf-lomat-ne-stroit-25550> (Дата обращения: 03.09.2016).
4. Советский Энциклопедический Словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1980. – 1600 с.
5. Фролов И.Т. Возвращение к человеку / И.Т. Фролов // Квинт-эссенция: Филос. Альманах; сост.: В.А. Мудрагей, В.И. Усанов. – М.: Политиздат, 1990. – 447 с.
6. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовской, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 379 с.

УДК [94:327]-048.87[(477.61):(470+571)]

**Ладыга Александр Иванович**

**к.и.н., доцент**

**Ладыга Людмила Ивановна**

**к.и.н., доцент**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ОПЫТ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**В 1991–2005 гг.**

*Аннотация.* Тема российско–украинского приграничья в настоящее время в связи с политическим кризисом на Украине вызывает все большую актуальность в научной среде. Ряд российских и украинских учёных проводят исследования по формам российско–украинского трансграничного сотрудничества и взаимодействия, в том числе в экономической, социогуманитарной и политической сферах. Однако в российской исторической и политической науке ранее не ставилась задача специального изучения исторической стороны

вопроса российско–украинских приграничных отношений. Данная статья и является попыткой приблизиться к решению подобной задачи.

**Ключевые слова.** приграничное сотрудничество, российско–украинские отношения, экономическое взаимодействие, интеграция.

**Annotation.** The experience of regions' participation in the international cooperation is of a great importance for the strategic development of external and internal policy of the Ukraine at the current moment. Cooperation of the Lugansk region with the border regions of the Russian Federation (Rostov region, Voronezh region and Belgorod region) is the real experience of new interrelations.

The main directions of the cooperation of the Lugansk region with the adjacent regions of the Russian Federation are: economical, ecological, scientific-cultural and informational.

**Keywords:** border cooperation, russian-ukrainian relations, economic interaction, integration.

Проблема трансграничного сотрудничества между Российской Федерацией и Луганской областью была объектом пристального внимания учёных, пик которого совпадает с периодом наиболее активного взаимодействия приграничных областей – 2000–2005 гг. Это работы луганских и российских учёных на совместных международных конференциях 1998–2012 гг. и отдельные исследования – узкоспециализированные, например, связанные с проблемами экологии: авторы В.А. Колосов, А.М. Кирюхин. Более того, в начале 2000-х защищена кандидатская диссертация по истории Украины, где предметом изучения стали процессы трансграничного сотрудничества Украины и Российской Федерации – это работа С.А. Вовк (ЛНУ имени Тараса Шевченко, научный руководитель – д.п.н. В.С. Курило). Среди российских исследований следует отметить кандидатскую диссертацию, защищенную в 2016 году по специальности: 07.00.15 – История международных отношений и внешней политики «История Российско-Украинского приграничного сотрудничества (на примере еврорегиона «Донбасс») А.В. Бредихина. Естественно, данная проблем полностью не проработана учеными и требует дальнейшего активного взаимодействия.

С августа 1991 года в эйфории «независимости» и Украиной, и Россией игнорировались связи специализации, кооперации, широкого товарного обмена, то есть весь тот ценный багаж, который нарабатывался десятилетиями. Тем не менее, в соседних государствах понимали, что в условиях мировых интеграционных процессов выжить и экономически развиваться без эффективной организации приграничного сотрудничества невозможно. В первую очередь, это касалось тех



регионов, которые имели единый этнический состав населения, длительное время были частью одного социально-экономического организма.

Уже через год после получения «независимости» стала чувствоваться необходимость создания новых форм сотрудничества между приграничными областями Украины и Российской Федерации. Сотрудничество Луганской области с приграничными регионами РФ (Белгородской, Воронежской и Ростовской областями) начинается в 1993 году. Именно в этом году в г.Харькове было подписано «Соглашение о сотрудничестве приграничных областей» [1]. Подписантами с украинской стороны были представители Донецкой, Луганской, Сумской, Харьковской и Черниговской областей. Естественно, сотрудничество, в связи с усилением контроля над границей, шло медленнее, чем рассчитывали стороны. Был необходим договор на уровне руководства государств. Такое соглашение появилось в 1995 г., подписанное Правительством РФ и Украины. «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Украины о сотрудничестве приграничных областей Российской Федерации и Украины» [2]. Стороны взяли на себя обязательства устранить преграды по перемещению товаров и услуг, произведенных в этих областях между смежными регионами двух стран. Еще одним знаковым моментом, обозначенным в соглашении, было право органов исполнительной власти областей самостоятельно решать вопросы взаимодействия трудовых ресурсов, расчетов за использование рабочей силы, прямого обмена творческими и научными работниками, студентами.

На основе существующих соглашений были подписаны договора о межрегиональном сотрудничестве: между Луганской и Воронежской областями (1994, 1999 гг.); Луганской и Белгородской областями (1994 г.); Луганской и Ростовской областями (1994, 1999 гг.). С этого времени совместно заработали не только областные государственные администрации смежных отраслей, но и некоторые профильные и отраслевые структуры. К примеру, был подписан протокол о сотрудничестве между управлениями МВД в Луганской области и управлением внутренних дел Белгородской, Воронежской и Ростовской областей по борьбе с преступностью и обеспечением гражданской безопасности (г. Москва, 15.05.1998 г.), действовавший до прихода к власти в Киеве «помаранчевой команды» в 2005 г. [3].

Всего до «Первого майдана» приграничные регионы РФ подписали с Луганщиной 22 соглашения, которые регламентировали отношения по всем направлениям регионального сотрудничества.

К 1998 г. были возобновлены прямые торгово-экономические связи, ведь в промышленности смежных регионов существовала произ-

водственная зависимость хозяйств и предприятий. В связи с этим много предприятий Луганской, Белгородской, Воронежской и Ростовской областей подписали договора о взаимовыгодных поставках сырья, комплектующих деталей. К примеру, лишь один контракт на поставку продукции Лутугинского объединения по производству прокатных валков Ростовскому машинному заводу стоил 150 тысяч долларов США. Миллионные контракты были и у Лисичанского завода стекольных изделий, Лисичанского завода РТИ и др. Партнеры находили друг друга благодаря выставкам продукции луганских товаропроизводителей, на которых была представлена продукция почти всех отраслей промышленности: горной и цветной металлургии, химической отрасли, машиностроения, строительства, научного потенциала области.

Особый резонанс имела выставка «Восточные ворота Украины – 2002», которая состоялась в мае 2002 года, где приняли участие предприятия Белгородской, Воронежской, Ростовской областей. Эти мероприятия способствовали активизации прямых контактов между субъектами предпринимательской деятельности.

Наряду с проблемами взаимодействия перед приграничными территориями Российской Федерации и Украины встали экологические проблемы, в первую очередь, это касалось водных ресурсов. Одним из серьезных вопросов, на который необходимо было активно реагировать – это вопрос использования и охраны водных ресурсов Северского Донца. В бассейне этой реки множество предприятий Российской Федерации и Украины, густонаселенные поселения, активные сельскохозяйственные производители. В связи с этим руководители Белгородской, Ростовской и Луганской, Харьковской и Донецкой областей подписали «Меморандум совместных действий по охране и использованию вод бассейна р. Северский Донец» [4].

Меморандум предлагал разработку и реализацию программы «Экологическое оздоровление бассейна реки Северский Донец и улучшения качества питьевой воды», адаптацию правовых баз и стандартов состояния природной среды, рациональное использование водных ресурсов.

Подобные меры проводились и в отношении бассейна реки Кундрючья, где подписантами были руководители государственной администрации Ростовской и Луганской областей.

Еще одним направлением сотрудничества стали общие проблемы землеустройства. Договоренности управлений земельных ресурсов Воронежской и Луганской областей позволили решить ряд проблем охраны и использования данного вида ресурсов.

Подобное сотрудничество между областями сложилось и в сфере ликвидации стихийных бедствий.

Активным и плодотворным направлением сотрудничества Луганской области со смежными областями Российской Федерации стало взаимодействие в гуманитарной сфере. В первую очередь, это культурные и национальные связи. Результаты этой деятельности в 1995–2005 гг. впечатляли:

- совместные фестивали и концерты (например, международный фестиваль «Шолоховская весна» и др.);
- концерты и турне по ближнему зарубежью народных самодеятельных коллективов (например, народный ансамбль «Воля» и др.);
- участие в Высшей лиге КВН (например, команды «Ворошиловские стрелки», «Ва-банк»; «95-й квартал», «ХАИ» и др.);
- открытие культурных центров в соседних государствах (г. Розсошь, Кантемировка, Рубежное, Новомарковка и др.);
- обмен новыми библиотечными фондами (г. Луганск, г. Розсошь и др.);
- обмен театральными гастрольями и концертами областных филармоний;
- проведение совместных научно-практических конференций (например, «Актуальные проблемы всемирной истории и международных отношений» – ИИМОСПН ЛНУ имени Тараса Шевченко и десять ВУЗов Российской Федерации, «В. Даль и мировая культура» – филологический факультет ЛНУ имени Тараса Шевченко и семь ВУЗов Российской Федерации и др.);
- обмен по подготовке учителей в рамках сотрудничества Институтов последиplomного образования Ростовской и Луганской областей (40 учителей прошли подготовку в Ростове);
- обмен делегациями работников образования (Меловской, Марковский, Белокуракинский, Троицкий районы);
- системный обмен педагогическими изданиями («Освіта на Луганщині» ЛНУ имени Т. Шевченко);
- системная деятельность научных центров (например, в рамках проекта «Донбасс – еврорегион» – Михаил Ширяев (ЛНУ имени Шевченко), академик РАН, глава Южного центра РАН РФ Геннадий Матишов и многие другие).

Опыт показывает, что совместная образовательная деятельность и взаимопомощь исключительно результативны и благоприятны на районном уровне.

В условиях информационного общества особо актуальным направлением сотрудничества является информация и информационное сопровождение трансграничного сотрудничества. С 2000 по 2005 гг. этот процесс шел по нарастающей, в частности, между Воронежской, Луганской, Ростовской областями был намечен системный обмен ви-

деоматериалами между областными гостелерадиокомпаниями; подготовлены и работали «обменные страницы» в изданиях «Утро», «Молот» (Ростовская область) и «Жизнь Луганска», «Наша газета» (Луганская область). К примеру, в телерадиоэфире Луганской области гостелерадиокомпания в 2002 г. вышло более 20 программ о жизни приграничных регионов Российской Федерации. Существовал даже еженедельный обмен пресс-служб госадминистраций. К 2004 году фактически был налажен единый информационный обмен между Белгородской, Воронежской, Луганской, Ростовской областями.

С 2005 г. в связи со сменой внешнеэкономического курса и ростом националистических настроений Украиной трансграничное сотрудничество начинает сворачиваться. С 2014 г. и до начала 2017 года отношения между приграничными регионами окончательно прерваны. Это, естественно, не касается сотрудничества Российской Федерации и непризнанных ЛДНР, которые обязаны учесть предыдущий положительный опыт трансграничного сотрудничества (1991–2005 гг.).

Луганщину объединяет с Белгородской, Воронежской, Ростовской областями Российской Федерации общая география, национальный состав, родственные связи граждан и множество общих нерешенных сегодняшних проблем. По нашему мнению, последнее и станет основной предпосылкой для дальнейшего трансграничного сотрудничества.

### **Список использованных источников**

1. Соглашение о принципах экономического, научно-технического и культурного сотрудничества приграничных областей Российской Федерации и Украины (Белгород, 20 мая 1993 года, Харьков, 28 июня 1993 года). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1901222> (Дата обращения: 23.01.2017).

2. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Украины о сотрудничестве приграничных областей Российской Федерации и Украины (Харьков, 27 января 1995 года). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ved.gov.ru/rus\\_export/partners\\_584](http://www.ved.gov.ru/rus_export/partners_584) (Дата обращения: 24.01.2017).

3. Соглашение между МВД РФ и МВД Украины о сотрудничестве Органов деятельности приграничных регионов (Москва 15 мая 1998 г.) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://mvd.ru/userfiles/15\\_05\\_1998\\_ukraina.doc](https://mvd.ru/userfiles/15_05_1998_ukraina.doc) (Дата обращения: 29.01.2017).

4. Меморандум совместных действий по охране и использованию вод бассейна р. Северский Донец. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Информационный портал межрегионального приграничного сотрудничества – [http://euroregion.ru/?page\\_id=103](http://euroregion.ru/?page_id=103) (Дата обращения: 29.01.2017).

УДК [339.923:061.1 ЕС]-043.86

**Пилавов Георгий Павлович**  
аспирант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ЭВОЛЮЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН**

**Аннотация.** В статье представлен анализ трансграничного сотрудничества в Европе. Был дано понятие трансграничного региона, роль трансграничного сотрудничества в Европе и в каких сферах оно осуществляется. Статья содержит документы и законы, которые способствовали развитию сотрудничества между регионами. Были приведены примеры трансграничного сотрудничества между регионами и их ключевая деятельность.

**Ключевые слова:** регион, трансграничный регион, трансграничное сотрудничество, Европейский союз, Совет Европы.

**Annotation.** The article presents an analysis of cross-border cooperation in Europe. It was given the concept of cross-border region, the role of cross-border cooperation in Europe and in what areas it is realized. The article contains the documents and laws that have contributed to the development of cooperation between the regions. There were given examples of cross-border cooperation between the regions and their key activities.

**Keywords:** region, the cross-border region, cross-border cooperation, the European Union, the Council of Europe.

Трансграничный регион (район) можно определить, как части территории двух и более соседних или близко расположенных друг к другу стран, разделенные государственными границами, но рассматриваемые как единое территориальное образование.

Под термином «трансграничное сотрудничество» следует понимать все согласованные меры административного, технического, экономического, социального и культурного характера, направленные на укрепление и развитие добрососедских отношений между регионами,

находящимися по обе стороны от границы, а также заключение соответствующих договоров [1].

Трансграничное сотрудничество европейских стран является важной частью региональной политики ЕС, которая предназначена для всех регионов и городов в Европейском Союзе в целях поддержки создания рабочих мест, конкурентоспособности бизнеса, экономического роста, устойчивого развития и улучшения качества жизни граждан [2].

Трансграничное сотрудничество имеет разные формы и осуществляется в сферах: создания и совершенствования производственной, социальной, информационной, экологической и иной инфраструктуры (пограничные переходы, средства коммуникаций и др.); развития региональной и местной экономики, укрепления связей с зарубежными субъектами хозяйствования, расширения обмена товарами и услугами, создания торгово-промышленных палат, поддержки предпринимательства; развития местной и региональной демократии и самоуправления, расширения культурного и научно-технического сотрудничества, а также контактов в сфере образования, спорта, туризма и т. д.; охраны окружающей среды, создания трансграничных природоохранных зон; совместной разработки и реализации национальными, региональными и местными органами власти разных стран, неправительственными организациями концепций, стратегий, прогнозов и программ развития приграничных районов в рамках трансграничных образований [3].

Для того, чтобы регионы Европы могли сотрудничать, дополнять друг друга и развиваться, необходимо было создать крепкую правовую базу, институты и органы, которые способствовали этой политике. В целом, все законодательные акты разделены на две группы: документы, регулирующие приграничное сотрудничество внутри ЕС, т.е. между странами членами ЕС; документы, регулирующие финансовые инструменты ЕС для приграничного сотрудничества между ЕС и сопредельными странами. Ключевые принципы межрегионального сотрудничества в Европе представлены в 2 основных документах: Европейской рамочной конвенции о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей, подписанной в Мадриде 21 мая 1980 года [4]. Конвенция поощряет и содействует заключению соглашений о приграничном сотрудничестве между местными и региональными властями в рамках их юрисдикции [5]. И также в Европейской Хартии местного самоуправления от 15 октября 1985 года [6]. Хартия обязывает договаривающиеся стороны применять базовые принципы, гарантирующие политическую, административную и финансовую независимость органов местного самоуправления. Она предусматривает признание принципа местного самоуправления во внутреннем законодательстве и там, где это практически целесообразно, в конституции

государства. Органы местного самоуправления должны избираться путем всеобщего голосования [7]. 19 ноября 1981 г. Советом Европы была принята «Европейская хартия приграничных и трансграничных регионов» [8].

В 1985 году под названием Совета регионов Европы была создана Ассамблея регионов Европы, видящая свою основную цель в содействии процессам регионализации в Европе, межрегиональному сотрудничеству и усилению роли регионов в процессах европейской интеграции [9].

В рамках ЕС в 1984 году первая совместная конференция Сообщества по теме «Парламент – регионы» разработала рекомендации по созданию автономных региональных органов и по установлению прямых контактов между ними и европейскими институтами [1]. В 1988 и 1991 годах Европейский парламент принял «Хартию Сообщества по проблемам регионализации» [10] и «Хартию регионов Сообщества». В них он призвал государства-члены, отличающиеся централизованной структурой, начать или продолжить процесс регионализации [1]. В 1994 году был создан Конгресс местных и региональных властей Европы [11].

Заключено много договоров, касающихся трансграничного сотрудничества на двухсторонней основе. Однако только трансграничные регионы могут заполнить эти договора конкретным содержанием.

Это все позволило создать и объединить множество регионов Европы в организации и объединения. Самые известные и масштабные из них объединяют большое количество стран и регионов. «Атлантическая дуга», объединяющая в сумме 34 периферийных региона Великобритании, Франции, Испании, Португалии и Ирландии [12]. Основными сферами сотрудничества «Атлантической дуги» выступают энергетика, морской транспорт, освоение ресурсов моря, экология, НИОКР, телекоммуникации, туризм, координация хозяйственной политики [13].

На севере Европы действует «Сотрудничество в бассейне Северного моря» объединяющее в сумме 34 региона Германии, Нидерландов, Дании, Великобритании и Норвегии, и которое занимается развитием морского и авиационного транспорта. Также крупное объединение представлено в «Совете государств Балтийского моря», целями которого является укрепление основ демократии и демократических институтов, экономика, наука и техника, энергетика, транспорт и коммуникации, гуманитарные вопросы, охрана окружающей среды, культура, образование, информация и туризм [14].

8 прибрежных регионов Испании, Франции и Италии, Балеарские острова, Корсика, Сардиния и Греческий архипелаг образуют «Сотрудничество в Средиземном море».

Программа МЕДА, объединяющая ЕС и 11 средиземноморских государств, была создана с целью евро-средиземноморского партнерства [15].

Трансграничное сотрудничество в Альпах реализует «Альпийская дуга» [16]. Регионы Австрии, Германии, Италии, Лихтенштейн, Монако, Словении, Франции и Швейцарии сотрудничают в сфере транспорта, туризма, охрана среды, развития села, использования водных ресурсов, энергетики и сохранения местного культурного наследия [1].

Синергический треугольник охватывает пространство от Барселоны и Карлсруэ до Милана. Целесообразность сотрудничества между регионами, не имеющими общих границ, основывается на общности экономических интересов и использовании преимущества в объединении ресурсов [1].

В 1988 г. регионы, центром которых являются Штутгарт, Барселона, Лион и Милан, основали так называемую «Моторную четверку». По замыслу организаторов, эта «четверка» должна была превратиться в своеобразный локомотив европейского промышленного развития [1].

Улучшением мобильности внутренних вод, образованием, культурой занимается «Рабочее сообщество дунайских стран». Крупным представителем трансграничного сотрудничества является и «Рабочее сообщество Пиренеев», объединяющее приграничные регионы Испании и Франции и Андорру [1].

Таким образом, можно говорить об очевидной полезности трансграничного сотрудничества. Оно способствует росту экономики регионов, доходов населения, развитию инфраструктуры, развитию и укреплению культурных связей, реализации совместных программ в различных сферах экономики, улучшению инновационного и технического капитала, развитию в социальной сфере и политической, улучшению в сфере экологии и туризма и т.д. Безусловно, предпосылками такого сотрудничества может служить чувство единого понимания между регионами, подобного экономического единства, в соответствии с состоянием рынка, исторического, культурного понимания, география, общие интересы регионов в определенной сфере. Однако трансграничным регионом не следует уделять и бороться с проблемами, возникающими из-за такого сотрудничества такими как, регулирование транснациональных корпораций, контролем над мобильностью капитала, товаров, трудовых ресурсов, преступность, терроризм.



## Список использованных источников

1. Интернет-портал СНГ [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-cis.info/page.php?id=19397> (Дата обращения: 01.03.2017).
2. Зонова Т.В. От Европы государств к Европе регионов? // Полис, 1999. – №5. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [old.mgimo.ru/files/30031/30031.pdf](http://old.mgimo.ru/files/30031/30031.pdf) (Дата обращения: 20.02.2017).
3. Cooperation between regions and countries // European Commission. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/policy/cooperation/](http://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/cooperation/) (Дата обращения: 20.02.2017).
4. Проблемы развития приграничных и трансграничных районов Польши // Проблемы современной экономики. – №3 (31), 2009. – [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2789> (Дата обращения: 20.02.2017).
5. European Outline Convention on Transfrontier Co-operation between Territorial Communities or Authorities // Council of Europe. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680078b0c> (Дата обращения: 20.02.2017).
6. Подробная информация о Договоре №106 // Совет Европы. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coe.int/ru/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/106> (Дата обращения: 20.02.2017).
7. European Charter of Local Self-Government // Council of Europe. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168007a088/> (Дата обращения: 20.02.2017).
8. Details of Treaty №122 // Council of Europe. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/\\_coconventions\\_WAR\\_coconventionsportlet\\_languageId=ru\\_RU](https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/_coconventions_WAR_coconventionsportlet_languageId=ru_RU) (Дата обращения: 20.02.2017).
9. European Charter for border and cross-border regions // Association of European Border Regions. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [http://www.aebr.eu/files/publications/110915\\_Charta\\_EN\\_clean.pdf](http://www.aebr.eu/files/publications/110915_Charta_EN_clean.pdf) (Дата обращения: 20.02.2017).
10. History of AER // Assembly of European Regions. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://aer.eu/> – (Дата обращения: 20.02.2017).

11. Resolution on Community regional policy and the role of the regions and Annexed Community Charter for Regionalization // European Parliament. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [http://aei.pitt.edu/1758/1/ep\\_resolution\\_regional\\_11\\_88.pdf](http://aei.pitt.edu/1758/1/ep_resolution_regional_11_88.pdf) (Дата обращения: 20.02.2017).

12. The Congress of Local and Regional Authorities // The Congress of Local and Regional Authorities [Электронной ресурс]. – Режим доступа: [http://www.coe.int/t/congress/presentation/default\\_en.asp?mytabsmenu=1](http://www.coe.int/t/congress/presentation/default_en.asp?mytabsmenu=1) (Дата обращения: 20.02.2017).

13. Our members // Atlantic Arc Commission. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://arcatlantique.org/index.php?act=1,2,4> (Дата обращения: 20.02.2017).

14. Working groups // Atlantic Arc Commission. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://arcatlantique.org/index.php?act=1,3,2> (Дата обращения: 20.02.2017).

15. Empowering cooperation in the Baltic Sea Region // Council of the Baltic Sea States [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbss.org/council/> (Дата обращения: 20.02.2017).

16. The MEDA programme // Semide/Emwis. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.emwis.org/overview/fo1101997/fo1221357> (Дата обращения: 20.02.2017).

17. Alparc members // Alparc. [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alparc.org/> (Дата обращения: 20.02.2017).

## **БЛОК 2 ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ**

### **РАЗДЕЛ 1 ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РЕГИОНОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

**Аксенов Дмитрий Анатольевич  
магистрант  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

#### **НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОГРЕССИВНАЯ ИЛИ ПРОПОРЦИОНАЛЬНАЯ ШКАЛА ОБЛОЖЕНИЯ?**

Налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ) по мере роста благосостояния населения играет все более важную роль в формировании бюджета государства. Одним из элементов НДФЛ, влияющих на величину этого налога, является ставка.

В теории налогообложения известны пропорциональные и прогрессивные налоговые ставки. Вопрос выбора эффективной шкалы обложения доходов физических лиц всегда занимал центральное место в истории финансовой мысли. Выдающийся швейцарский экономист Жан Шарль Сисмонди, в частности, писал: «Так как большая часть расходов государства идет на то, чтобы защищать богатых от бедных, то справедливо, чтобы богатые платили за поддержание столь выгодного для них порядка вещей не пропорционально имуществу, а несколько более» [1].

В научной литературе сложилось мнение о том, что наиболее распространенным в мире является прогрессивное налогообложение. Под которым понимают увеличение ставки налога с ростом налогооблагаемой базы (дохода), и оно распространено, главным образом, при налогообложении физических лиц.

На данный момент в Европе ставка НДФЛ колеблется в размере от 10 до 50%. При этом, как показали проведенные нами исследования, самая низкая ставка сложилась в Болгарии, где она составляет примерно 10%, в Румынии, Сербии, Литве, Чехии, Венгрии применяют ставки на доходы физических лиц в размере 15–16% и максимального размера – 50% - она достигла в Бельгии, где взимается при сумме дохода за налоговый период (календарный год) свыше 34000 € [1].

Налоговым кодексом РФ по НДФЛ предусмотрено пять налоговых ставок. Различные налоговые ставки установлены как в отношении видов доходов, так и в отношении категорий налогоплательщиков [3].

Основной ставкой НДФЛ является ставка – 13%.

В то же время стоит отметить, что в Государственную Думу РФ периодически вносятся законопроекты о введении прогрессивной шкалы НДФЛ, которые отклоняются Думой также регулярно, как и вносятся. Довольно часто встречаются предложения российских экономистов о введении прогрессивной ставки НДФЛ, опирающихся не только на советский опыт подоходного налогообложения, но и на современную европейскую практику.

В научной литературе по вопросам налогообложения встречаются мнения о том, что плоская шкала налогообложения себя не оправдала, так как еще в начале XXI века она выполнила [2; 3].

Следует отметить, что каждая методика налогообложения НДФЛ (пропорциональная и прогрессивная) при определенных условиях, с учётом степени развития экономики страны имеет свои положительные и отрицательные стороны, как для государства, так и для граждан. Единая 13% ставка с одной стороны создает ситуацию неравномерного распределения налоговых обязательств между плательщиками в связи с тем, что значимость одного рубля для малообеспеченного человека не эквивалентна значимости одного рубля для богатого человека. Таким образом, данная ставка увеличивает разрыв между богатыми и бедными, что содействует росту социальной дифференциации. С другой стороны такое положение способствует легализации наемного труда («белая зарплата») и стабильным налоговым поступлениям в бюджет страны. Прогрессивная шкала налогообложения позволяет уменьшить разрыв между бедными и богатыми слоями населения, что важно для социальной стабильности, но в тоже время влечет за собой увеличение налогового бремени, особенно для лиц извлекающих высокие доходы и как следствие - нелегальное сокрытие доходов и уклонение от налогообложения.

Учитывая вышесказанное, мы считаем, что любое развивающееся государство должно стремиться к оптимальному балансу между экономической эффективностью налогообложения граждан и его социальной справедливостью. Данный баланс повлечет за собой развитие среднего класса в государстве и обеспечит достойное качество жизни, что в свою очередь станет фундаментом экономически развитого государства.

## Список использованных источников

1. Аксенова А.А. Налог на доходы физических лиц: европейская практика администрирования налога [Электронный ресурс] / А.А. Аксенова // Интернет-журнал Науковедение, 2014 №3 (22), Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/95EVN314.pdf> (Дата обращения: 01.02.2017). – Название с экрана.
2. Бунич А. Прогрессивный подоходный налог должен служить средством обеспечения социальной справедливости [Электронный ресурс] / А. Бунич // Информационно-аналитический портал. – Режим доступа: <http://bunich.ru/press> (Дата обращения: 15.11.2016). – Название с экрана.
3. Налоговый Кодекс РФ [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://nalog.garant.ru/fns/nk/> (Дата обращения: 01.02.2017). – Название с экрана.

**Бурлаченко Юлия Константиновна**  
магистрант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В СИСТЕМЕ ГОСКАЗНАЧЕЙСТВА**

В условиях политической ситуации, и, как следствие, экономического кризиса, повышается роль учреждений, которые аккумулируют государственные финансовые ресурсы и осуществляют контроль за их целевым использованием. Одним из таких учреждений является Государственная казначейская служба (далее – Госказначейство), создание которой было вызвано потребностью в эффективном управлении значительными денежными средствами.

Практика свидетельствует, что в современных условиях органы Госказначейства предстают одними из самых активных участников в процессе управления государственными и региональными финансовыми ресурсами благодаря использованию законодательно принятых механизмов и процедур выполнения государственного и местных бюджетов в соответствии с требованиями бюджетного законодательства [1, с. 14; 4].

Важнейшим фактором стабильности любого государства является прочная финансовая система, способная быстро реагировать на изменения в экономической и социальной среде, оперативно принимать решения по вопросам реализации и текущих, и долгосрочных государ-

ственных программ, которая способствует дальнейшему развитию национальной экономики.

Непосредственное использование Госказначейством возможностей работы платежной системы стало необходимым условием эффективного регулирования и управления средствами государственного бюджета [3, с. 117]. На основе мониторинга и анализа информации о проведенных операциях с бюджетными средствами, оценки показателей исполнения бюджета Госказначейство осуществляет планирование и подготовку оперативных прогнозов поступления средств и осуществления расходов. В сотрудничестве с Госбанком управляет бюджетными потоками государства, наряду с другими органами исполнительной власти, позволяет обеспечить комплексный подход к управлению государственными финансами, предоставляет соответствующим органам государственной власти и управления возможность адекватно оценивать, прогнозировать и оперативно корректировать управленческие решения в бюджетной сфере. Однако достижение сбалансированности бюджета еще не означает полное сбалансирование всех денежных ресурсов или эффективное их использование в финансовом обращении. Цель финансового управления - оптимизация расходов и использования доходов, а в итоге - повышение эффективности деятельности каждого бюджетного учреждения [2].

Применение казначейского обслуживания бюджетных средств должно существенно снизить вероятность нецелевого использования бюджетных средств, поскольку все доходы и расходы бюджета будут осуществляться с единого казначейского счета [5]. При казначейском исполнении бюджета регистрация поступлений, регулирование объемов и сроков принятия бюджетных обязательств, совершение разрешительной подписи на право осуществления расходов в рамках выделенных лимитов бюджетных обязательств, осуществление платежей от имени получателей средств бюджета возлагаются на Госказначейство (организационную структуру) [6; 7].

Проблема нехватки денежных средств, возникшая перед государством, является результатом их перераспределения вместо общепринятого в мире управления ресурсами, обеспечивает осуществление расходов в пределах ассигнований, предусмотренных реальным бюджетом. Кроме того, пока расходы не будут осуществлять бюджетные учреждения на основании принятых ими в пределах бюджетных ассигнований обязательств, то даже самые эффективные программы не будут полностью реализованы. Все ресурсы государства должны работать максимально эффективно именно на государство, с соблюдением принципа наличия минимально необходимой суммы остатков средств именно на счетах Госказначейства.

## Список использованных источников

1. Кекеев А.А. Осуществление финансового контроля в органах Федерального казначейства на современном этапе / А.А. Кекеев // Бюджет, 2010. – С. 13–14.
2. Куджаев А.А. Казначейский контроль и некоторые вопросы повышения бюджетной дисциплины / А.А. Куджаев // Бюджет, 2010. – С. 74–79.
3. Михеев В.В. внедрение механизмов внутреннего контроля в государственном секторе В.В. Михеев // Бюджет. 2010. – С. 113–118.
4. Об обеспечении деятельности по осуществлению государственного финансового контроля: приказ Министерства финансов РФ №146н. от 25 декабря 2008 г. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>
5. Приказ Министерства Финансов Луганской Народной Республики «Об утверждении Временного Положения о едином казначейском счёте» №113 от 15.12.2015 г. <http://base.consultant.ru>. (Дата обращения: 03.03.2017).
6. Приказ Министерства Финансов Луганской Народной Республики «Об утверждении Порядка казначейского обслуживания бюджетов» №115 от 16.12.2015 г. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (Дата обращения: 03.03.2017).
7. Постановление Совета Министров Луганской Народной Республики «Об утверждении Порядка формирования и использования специального фонда государственного бюджета Луганской Народной Республики» №746 от 30.12.2016 г. <http://base.consultant.ru> (Дата обращения: 03.03.2017).

**Винокурова Анастасия Евгеньевна**

**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## ОСОБЕННОСТИ ЗАНЯТОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Достижение высокого уровня занятости – одна из ключевых целей макроэкономической политики государства. Экономическая система, которая создает дополнительные рабочие места, ставит своей задачей увеличение объёма общественного продукта и тем самым наибольшее удовлетворение потребностей населения. При неполной занятости система работает, не достигая границы своих производственных возможностей. Значит, показатели занятости населения являются одними из основных показателей макроэкономики, которые служат для

оценки эффективности функционирования и развития рыночных отношений страны.

Занятость – это активное, деятельное, творческое отношение субъекта занятости к своей жизнедеятельности, её смыслу, содержанию и целям [1, с. 48].

Занятостью принято считать общественно полезную деятельность граждан, приносящую им, как правило, заработок. К занятым относятся работающие по найму, лица, самостоятельно обеспечивающие себя работой (предприниматели, фермеры), военнослужащие [2, с. 3].

Практическая потребность учёта населения вызывает необходимость выделения видов и форм занятости.

Особое место на рынке труда развивающихся стран занимает незарегистрированная занятость. Содержание этой категории определено резолюцией Международной организацией труда в 2002 году. Она рассматривается как трудовая занятость «с незарегистрированными отношениями наниматель-работник, не затрагиваемая государственной системой налогообложения и регулирования» [3]. Незарегистрированную занятость можно определить как продажу товаров и оказание услуг, которые законны и допустимы, но при этом происходит утаивание доходов, укрытие от налогов и целей трудового законодательства. Таким образом, данная категория характеризует неформальную занятость и неформальный сектор экономики.

В развивающихся странах сформировались такие виды неформальной занятости как незарегистрированная занятость по объявлениям в газетах и занятость, связанная с уличной торговлей, торговлей на вещевых рынках, торговлей газетами и журналами на транспорте и т.д. Все они рассматриваются как основная стратегия выживания для многих людей в условиях кардинальных изменений на рынке труда в период экономических реформ, общей нестабильности, частых задержек заработной платы и т.д.

Поэтому рост и масштаб незарегистрированной занятости во многих странах в переходный период традиционно объясняется смещением занятых к незащищенным формам рынка труда как альтернативе безработицы.

Неформально оплачиваемые работники и занятые независимой работой могут делать свой выбор и добровольно, если считают государственную социальную защиту скудной или не желают иметь условия работы строго ограниченные регуляторами рынка труда. Наиболее распространенными причинами добровольной незарегистрированной занятости могут быть: невозможность найти лучшую работу, сравнительная легкость приема на работу, увеличение свободного времени,



пример друзей, подходящий доход, возможность работать без руководителя. Особенно это актуально для женщин, имеющих детей, учащейся молодежи, пенсионеров, инвалидов, для вторичной занятости.

Но всем нетипичным формам занятости присущи черты неопределенности, неустойчивости. Например, проблемы, связанные с отсутствием защищенности прав работника, отчислений в социальные фонды, зависимостью работника от работодателя в плане соблюдения социальных гарантий.

Если в середине XX века переход на нестандартные формы занятости носили, как правило, добровольный характер, то сегодня – это вынужденная по характеру форма занятости. И это общая и достаточно устойчивая тенденция для стран с различным уровнем развития рыночной экономики.

Таким образом, хозяйственная практика стран в условиях проведения экономических реформ характеризуется появлением новых возможностей сокращения уровня безработицы не только путем использования различных видов формальной, но и неформальной занятости. Дальнейшее изучение неформальных отношений на рынке труда развивающихся стран обогащает экономическую науку и практику.

#### **Список использованных источников**

1. Боровик В.С. Занятость населения: учебное пособие / В.С. Боровик, Е.Е. Ермакова, В.А. Похощев. – М.: Феникс, 2003. – 320 с.

2. Сулейманова Г.В. Правовое регулирование обеспечения занятости населения: учебное пособие. – М.:ИНРА – 2014. – 250 с.

3. International Labour Office. Resolution concerning statistics of employment in the informal sector, adopted by the Fifteenth International Conference of Labor Statisticians (January 1993) / International Labour Office // Current International Recommendations on Labour Statistics, 2000 Edition. – Geneva, 2002. – P. 45-56.

**Ильин Валерий Юрьевич**  
д.э.н., доцент  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **МОДЕРНИЗАЦИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Одним из важнейших условий обеспечения экономического и социального развития каждого региона является наличие у него развитой инфраструктуры. В условиях резкого обострения кризисных явлений современного общества, происходит разрушение части производственной, энергетической, транспортной и социальной инфраструктур. Такие негативные процессы происходят и на Донбассе. Кроме разрушения значительной части объектов инфраструктуры, на Донбассе разрушены или существенно повреждены предприятия промышленного комплекса, жилищно-коммунального хозяйства, ранее действующая банковская система блокирована, прекращена хозяйственная деятельность значительного количества предприятий. Решение указанных проблем возможно при условии разработки и реализации, действенных мер по модернизации инфраструктуры трансграничного сотрудничества, учитывая современные политические и социально-экономические трансформации [1].

Инфраструктура является решающим фактором развития региона как механизм обеспечивающий функционирование всех секторов экономики, что приводит к непосредственному влиянию самой инфраструктуры на конкурентоспособность территории в целом. Развитая инфраструктура создаёт необходимые условия для своевременной адаптации отраслей экономики региона к изменениям во внешней среде, а также дальнейших рыночных трансформаций и тому подобное.

Устанавливая сущность понятия модернизация инфраструктуры трансграничного сотрудничества, прежде всего, следует отметить, что под трансграничным сотрудничеством понимается взаимосогласованная деятельность как внутри государства, так и за его пределами, т.е. за пределами полномочий органов центральной государственной власти, органов власти административно-территориальных единиц, органов местного самоуправления, юридических лиц и общественных организаций, полномочия которых осуществляется на основании действующего национального законодательства с целью решения государственных и региональных экономических, социальных, культурных, экологических и других вопросов.

Следует отметить, что инфраструктура (лат. *infra* – «ниже», «под» и лат. *structura* – «строение», «расположение») – комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, составляющих и обеспечивающих основу функционирования системы.

В общеэкономическом аспекте под инфраструктурой понимают совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих экономику, производство (транспорт, связь, коммунальное хозяйство, общее и профессиональное образование, здравоохранение и др.) [2]. В экономической энциклопедии инфраструктура определяется как комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное и сельскохозяйственное производство: строительство шоссейных дорог, каналов, водохранилищ, портов, мостов, аэродромов, складов, энергетическое хозяйство, железнодорожный транспорт, связь, водоснабжение и канализация, общее и профессиональное образование, наука, здравоохранение и тому подобное.

Трансграничное сотрудничество это взаимосогласованная экстерриториальная деятельность органов власти всех уровней, юридических лиц и общественных организаций, осуществляемая в рамках правового поля с целью решения общих экономических, социальных, культурных, экологических и других вопросов. Трансграничное сотрудничество имеет большое значение в экономическом развитии регионов. Давая возможность более рационально использовать имеющийся экономический и ресурсный потенциалы, решать конкретные социальные и экономические проблемы территорий, межрегиональное сотрудничество является одной из важнейших форм регионального развития.

Определение общих направлений модернизации инфраструктуры трансграничного сотрудничества целесообразно осуществлять через сферы, формирующие внешнюю среду его функционирования. Кроме того, модернизацию инфраструктуры трансграничного сотрудничества целесообразно рассматривать как конкретные изменения и усовершенствования следующих сфер: нормативно-правовой; организационной; информационно-аналитической; финансово-кредитной; кадровой.

В этом контексте модернизация инфраструктуры предполагает разработку инновационных действий для каждой из указанных сфер трансграничного сотрудничества, совокупность которых создаёт внешние условия функционирования региональной инфраструктуры (производственной и непроизводственной).

Таким образом, обеспечение модернизации инфраструктуры трансграничного сотрудничества предусматривает систематизацию внешних условий её функционирования для каждой из видов производственной и непроизводственной сфер инфраструктур и разработку

комплекса инновационных действий, касающихся организации, мотивации, планирования и контроля, направленных на совершенствование действующей модели трансграничного сотрудничества. Поэтому, под модернизацией инфраструктуры трансграничного сотрудничества в контексте экономических категорий целесообразно понимать комплекс инновационных действий, касающихся организации, мотивации, планирования и контроля.

#### **Список использованных источников**

1. Ожигіна В.В. Розвиток регіональної інтеграції в контексті інституціональних моделей еволюції та ринків глобалізації / В.В. Ожигіна // Наук. пр. Донецького наук.-техн. ун-ту. Серія: економічна. Вип. 103–2. Донецьк: ДонНТУ, 2005. – С. 191–197.

2. Elec A. Apec beyond bogor: an open economic association in the Asian-Pacific region / A. Elec // Asia Pacific economic literature. – P. 20.

**Кобзева Екатерина Васильевна**

**к.э.н., доцент**

**ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный  
технический университет»**

### **ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СФЕРЫ ПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ БЕЗОПАСНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Осуществление инновационно-трансформационных реформ экономики государства актуализирует значимость эффективного использования отечественного экспортного потенциала сферы производства (ЭПСП) в контексте выполнения основных задач государства перед гражданами. Эффективное использование экспортного потенциала страны связано с рациональностью ведения внешнеэкономических операций, эффективностью использования внутреннего рынка, модернизацией основных фондов, созданием благоприятных социальных предпосылок для уменьшения диспропорций экономического развития регионов, в свою очередь, требует комплексного подхода.

Вопрос развития экспортного потенциала страны достаточно освещен в трудах В. Андрийчук, Я. Антонюка, А. Власюк, Я. Жалило, В. Капициной, А. Качинского, А. Кредисова, Д. Лукьяненко, И. Лукашовой, А. Мазараки, М. Мельниковой и других. Однако, существуют противоречия относительно влияния отечественного экспортного потенциала сферы производства на состояние националь-

ной безопасности, в частности для стран, осуществляющих трансформацию в экономической и институциональной сферах.

Этапы укрепления экономической безопасности при реализации ЭПСП предусматривают увеличение финансирования, научной и инновационной деятельности, улучшения качества кадрового потенциала, развитие и обновление инфраструктуры, в частности транспортной, стандартизация продукции, стимулирование инновационно активных предприятий.

Анализ зарубежного опыта позволяет выделить ряд механизмов обеспечения безопасности национальной экономики в процессе реализации ЭПСП:

- тарифные инструменты,
- мониторинг соблюдения законности при реализации экономических проектов,
- сбалансирование интересов иностранных инвесторов и обязанностей государства перед своими гражданами по обеспечению надлежащих стандартов жизни и создание возможностей развития человеческого потенциала,
- инвестиции, направленные на модернизацию производства, взвешенность налоговой и курсовой политики [1].

Производственный потенциал отражает фактическую способность создания определенного объема материальных благ с учётом ограничений конкурентоспособности и доступных ресурсов. К элементам структурного построения производственного потенциала, которые принимают непосредственное участие в изготовлении продукции, относятся основные производственные фонды, материально-сырьевые и трудовые ресурсы, а также те, которые задействованы опосредованно в производственном процессе. ЭПСП воплощает в себе всю совокупность ресурсов, необходимых для изготовления товаров и услуг, способных удовлетворить потребности рынка. Отдельно экспортный потенциал может предусматривать возможность экспортировать товары, которые не были изготовлены отечественными товаропроизводителями, то есть реэкспорт [2].

На сегодняшний день отсутствует общепринятое определение ЭПСП, а также нет единого набора критериев для количественной оценки ЭПСП. ЭПСП, с точки зрения безопасности его реализации в масштабах национального хозяйства, представляется как совокупность природных, кадровых ресурсов, предпринимательских способностей, технологий необходимых для создания конкурентоспособной продукции для потребностей внутреннего и внешнего рынков, с целью усиления межотраслевых и межрегиональных производственных связей, улучшения платежного баланса, повышения уровня качества жизни населения.

ЭПСР является составляющей экономического потенциала страны, наращивание и эффективное использование которого связано с укреплением экономической безопасности государства. Для эффективной реализации ЭПСР особое значение имеет формирование межотраслевых связей, которые способствуют повышению локализации производства. Одной из функций торговли является социальная, следовательно, необходимо соблюдать приоритеты гуманизации экономического развития. Кроме того, товарооборот имеет достаточно тесную связь с уровнем обеспеченности населения.

Таким образом, ЭПСР страны является сложной категорией, которая объединяет кадровую, ресурсную, технологическую компоненты, задействованные в изготовлении конкурентоспособной продукции. При неэффективном использовании обостряются угрозы национальной безопасности государства в результате повышения импортозависимости экономики, увеличения асимметрии развития промышленного производства, технологической зависимости, сокращения объёмов производства, доминирования сырьевых товаров в структуре экспорта, так же актуализируется разработка защитных мер, механизмов защиты национальной безопасности.

#### **Список использованных источников**

1. Гершуненко Ю.О. Розвиток виробничо-експортного потенціалу – важливий чинник забезпечення економічної безпеки країни / Ю.О. Гершуненко // Матеріал економічної наукової Інтернет-конференції : «Сучасний стан економічної науки : проблеми, досягнення та перспективи розвитку» – Тернопіль, 2011. – С. 160–161.

2. Третьяк В.В. Экспортный потенциал региона при оценке возможностей регионального внешнеэкономического развития / В.В. Третьяк // Актуальні проблеми економіки, 2006. – №12(66). – С. 110–117.

**Мова Елена Владимировна**  
**аспирант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный  
технический университет»**

### **УГРОЗЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Сегодня мы живем в мире, в котором получили широкое распространение процессы глобализации, в мире, который становится всё

более интегрированным. В таких условиях возрастает роль трансграничного сотрудничества и появляются новые угрозы обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий региона.

Согласно Рамочной Европейской Конвенции о Трансграничном Сотрудничестве (21 мая 1980 г.) трансграничное сотрудничество – это любая совместная акция по укреплению и поощрению добрососедских отношений между территориально-административными единицами или властями в рамках юрисдикции двух или более участников, а также заключение соответствующих договоров или соглашений между ними [1].

Основной идеей трансграничного сотрудничества является устранение экономических, социальных, административных и правовых барьеров, определенных границами, сглаживание диспропорций в уровнях развития приграничных регионов.

Однако, не смотря на такое положительное воздействие трансграничного сотрудничества на приграничные регионы, обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий Донбасса может оказаться под угрозой. Такая ситуация может быть обусловлена не только современным социально-экономическим развитием региона, но и стратегическими ошибками государственного управления экономикой, а именно: отсутствием концепции, стратегии и программы социально-экономического развития с реально достижимыми целями; бессистемностью и несовершенством нормативно-правового обеспечения регулирования экономики; неэффективной налоговой системой; разрушением системы воспроизводства производственного потенциала (в первую очередь, его активной части) вследствие низкой инвестиционной активности; отсутствием благоприятного инвестиционного климата в реальном секторе экономики; ослаблением регулирующей роли государства в её ценовой политике; несоответствием научно-технического уровня большинства видов промышленной продукции передовым мировым образцам и др.

В научной литературе наблюдается множество подходов к трактовке и определению сущности экономической безопасности. Основываясь на отличные, но и одновременно и общие параметры, можно сделать вывод, что экономическая безопасность – это состояние, для которого характерно устойчивость и равновесие, защищенность от негативного влияния внешней и внутренней среды, нейтрализация угроз по эффективности использования имеющихся ресурсов, устранение препятствий в реализации жизненно важных интересов и обеспечении устойчивого развития предприятия.

Экономическая безопасность предприятия предоставляет возможность обеспечения стойкости предприятия в разных, в частности и неблагоприятных условиях внешней среды, независимо от характера

его влияния на деятельность предприятия, масштаба и характера внутренних изменений.

Говоря о трансграничном сотрудничестве и экономической безопасности предприятий Донбасса нужно учесть тот факт, что формирование рыночной экономики региона существенно изменило условия деятельности предприятий: изменились формы и методы государственного регулирования, усилилось влияние внешней среды, основным качеством которого является неопределенность, повысился уровень ответственности руководителей предприятия за самостоятельно принятые управленческие решения.

В условиях экономических преобразований как на отдельно взятом предприятии, так и в промышленности региона с позиций экономической безопасности, многие предприниматели оказались не готовы к новым условиям хозяйствования.

Анализируя существенные угрозы обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий региона в условиях трансграничного сотрудничества, целесообразно выделить следующий перечень:

- медленное реагирование государственных институтов на изменение условий хозяйствования по сравнению с адаптацией к ним предпринимателей;

- недостаточная активность национальных предпринимательских структур на участие в процессах разработки государственной политики и принятия решений;

- низкое качество работы системы государственного управления экономической безопасностью предпринимательства;

- недостаток рабочей силы и теневая занятость.

### **Список использованных источников**

1. Рамочная Европейская Конвенция о Трансграничном Сотрудничестве между Территориальными Административными Единицами или Местными Органами Власти, 21 мая 1981 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://euroregion.icbci.info/files/eu/01\\_ram\\_EU\\_conv.pdf](http://euroregion.icbci.info/files/eu/01_ram_EU_conv.pdf) (Дата обращения 10.03.2017).



## **ПРОБЛЕМЫ НЕРАВЕНСТВА В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ДОХОДОВ В РОССИИ И УКРАИНЕ**

Одной из важных проблем современной социальной политики в сфере распределения доходов среди населения является проблема неравномерности в распределении доходов между различными слоями населения. Данная реальность характерна для всех стран независимо от уровня экономического и социального развития и политического устройства. Следовательно, изучение причин подобной несправедливости становится необходимым и важным в современных рыночных условиях.

Рынок не гарантирует права на труд, на доход, не обеспечивает социальную защиту малообеспеченных. Поэтому доходы становятся фактором расслоения общества, возникновения в нем неравенства. При этом различают социальное и экономическое неравенство.

Сущность социального неравенства заключается в неодинаковом доступе различных групп населения к социально-значимым благам, дефицитным ресурсам, ликвидным ценностям.

Сущность экономического неравенства состоит в том, что незначительная часть населения всегда владеет большей частью национального богатства. Это явление известно в экономической науке также как закон Парето, согласно которому между уровнем доходов и численностью их получателей всегда существует обратная зависимость.

С одной стороны, население любой страны неравномерно распределяется по уровню доходов; с другой – общий объём доходов также неравномерно распределяется по группам населения.

Социально-экономическое неравенство является ключевым фактором и результатом общественного развития. Низкий уровень неравенства доходов населения имеет негативное влияние на развитие экономики, а высокий разрыв в доходах замедляет общественный прогресс и создает угрозу стабильности общества.

Проблема подобного расслоения общества обусловлена определенными причинами, такими как: неодинаковые стартовые условия для развития индивидуально-трудовой деятельности, предпринимательства, бизнеса; относительно низкий размер оплаты труда отдельных категорий занятого населения; низкий уровень социальных выплат и другие.

Проблема различия в уровнях доходов актуальна для стран постсоветского пространства. После распада Советского Союза,

сравнительно небольшая группа лиц приватизировала большую часть собственности, сложился так называемый олигархический класс. По мере развития рыночных отношений и ликвидации монополии государства на внешнеэкономические операции, стоимость приватизированных активов постоянно возрастала, и одновременно с этим увеличивалось социальное расслоение.

Дифференциация доходов показывает различия в потреблении населением товаров услуг. В основу дифференциации доходов населения положен размер среднедушевого совокупного дохода домохозяйства [1].

Рассмотрим дифференциацию денежных доходов населения Украины и России на рис. 1.

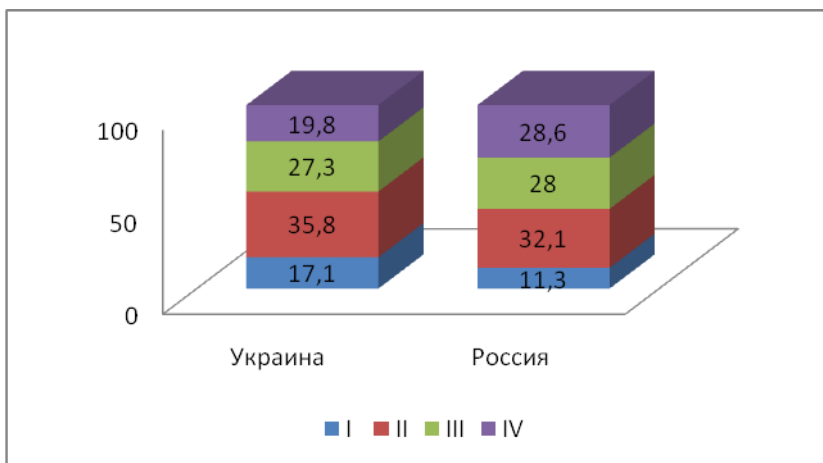


Рисунок 1 – Сравнение дифференциации денежных доходов населения Украины и России за 2015 год [построено автором на основе: 2; 3].

По данным рис. удельный вес I группы среднедушевых доходов населения России в 2015 г. по сравнению Украиной выше на 8,8%, удельный вес II группы – выше на 0,7%, а вот удельный вес последующих групп среднедушевых доходов населения России ниже, чем в Украине: III группы – ниже на 3,7% и IV группы – ниже на 5,8%. Таким образом, по результатам проведённого анализа можно сделать вывод о сдвигах в сторону роста удельного веса более высоких среднедушевых денежных доходов населения Украины по сравнению с Россией в 2015 году.

Таким образом, неравенство в распределении доходов – это многоаспектное социально-экономическое явление, связанное с низким

уровнем потребления, нестабильностью общественной жизни, слабыми возможностями эффективной реализации трудового потенциала.

### **Список использованных источников**

1. Романов А.Н. Уровень жизни населения / А.Н. Романов, В.М. Жеребин. – М.: Юнити-Дана, 2006 г. – 123 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

3. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

**Щербакова Вероника Витальевна**

**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАНЫ**

Важной составной частью экономического потенциала любой страны является трудовой потенциал, который определяется численностью и половозрастной структурой населения, количественным и качественным составом трудовых ресурсов, их экономической активностью. Трудовой потенциал относится к одному из основных факторов развития национальной экономики и в значительной степени зависит от количественных и качественных параметров протекающих в стране демографических процессов.

Изучение влияния демографической ситуации на процесс формирования трудового потенциала, необходимо начинать с сущности самого понятия, трудовой потенциал страны.

Трудовой потенциал страны – это совокупность демографических, социальных и духовных характеристик и качеств трудоспособного населения, которые воплощены или могут быть воплощены в рамках и посредством существующей в стране системы отношений по участию в процессе труда и общественной деятельности. Носителем трудового потенциала страны являются трудовые ресурсы.

Как было отмечено, демографические процессы составляют основу количественной составляющей трудового потенциала страны и характеризуют запасы трудовых ресурсов, их занятость, уровень образования, состояние здоровья населения. И от скорости и направления

изменения численности населения в стране может зависеть их перспективная трудовая активность. В условиях расширенного воспроизводства населения из поколения в поколение происходит непрерывное увеличение и омоложение трудовых ресурсов страны, а при простом или суженном – количественное их уменьшение и старение.

Будучи основной производительной силой общества, человек, является создателем всего общественного богатства и поэтому численность людей, особенно работающих и особенно квалифицированных, является фактором, влияющим на размер общественного богатства и возможности дальнейшего экономического роста. Таким образом, развиваясь под воздействием общественных условий, население является фактором, который влияет на развитие общества, замедляя или ускоряя его. Это означает, что население одновременно является и субъектом, и объектом общественного развития [2, с. 17–18]. Соответственно следует дать определение понятию население. Население – это самовоспроизводящаяся совокупность людей, как правило, проживающих на какой-либо территории [1, с. 579].

С одной стороны, производство необходимых средств к жизни выделило население из окружающего мира, с другой стороны, население служит основой и целью производства, выступая как производитель и потребитель товаров и услуг. В связи с этим совершенно закономерным представляется изучение взаимосвязи между воспроизводством населения и экономическими процессами [3, с. 8].

Качественная характеристика демографического потенциала определяет производительность процесса воспроизводства населения. Воспроизводство населения – это процесс постоянного возобновления поколений людей через взаимодействие рождаемости и смертности; результат единства трех видов движения населения: естественного (рождаемость и смертность), механического (эмиграция и иммиграция), социального (социальная мобильность).

Естественное движение населения (особенно рождаемость) обуславливает различия в соотношении численности трудоспособных и нетрудоспособных возрастов. Если увеличивается доля детей, то можно ожидать (в будущем) увеличения доли трудоспособного населения. Если же велика и увеличивается доля лиц старших возрастов, то ожидается уменьшение доли трудоспособного населения и социальные последствия старения населения.

Механическое (территориальное) движение населения выражается его миграцией (эмиграцией и иммиграцией).

Миграция населения – как социально-экономическое явление тесно связано со структурными изменениями экономики, размещением

производительных сил, трудовой и социальной мобильностью населения.

Социальная мобильность предполагает перемещение населения из одной социальной группы в другую.

Исследование количественных и качественных параметров демографических процессов способствует выявлению тенденций в изменении трудового потенциала для перспективного планирования социально-экономического развития страны.

Таким образом, управление демографическими процессами является объективно необходимым и возможным, а учёт особенностей и основных тенденций воспроизводства населения становится важнейшим условием эффективного социально-экономического планирования.

### **Список использованных источников**

1. Антонов А.И. Лекции по демографии / А.И. Антонов, В.А. Борисов. – М.: Альма матер, 2011. – 592 с.

2. Бреева Е.Б. Основы демографии: учебное пособие / Е.Б. Бреева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 352 с.

3. Саградов А.А. Экономическая демография: учебное пособие / А.А. Саградов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 254 с.

## **РАЗДЕЛ 2 УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

**Алиева Диана Алескеровна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА**

Первые шаги рискованного финансирования можно было наблюдать в США уже в 40-е годы. Самостоятельные формы венчурный капитал приобрел в 60 – 70-х годах. Успех был связан с деятельностью множества учёных, изобретателей и менеджеров, получивших хорошую профессиональную подготовку в крупных корпорациях, выгодно отличающих их от традиционно мелких предприятий. В отличие от последних они постепенно отказывались от политики самоограничения

и самоэксплуатации в начальной стадии своего существования и, опираясь на авторитет, знания и связи в научных и деловых кругах, старались изыскать внешние финансовые и научно–технические ресурсы, используя новые организационные формы.

Результативность малого венчурного бизнеса оказалась настолько значительной, что побудила крупные корпорации к созданию аналогичных подразделений внутри собственной структуры как альтернативной формы организации, способствующей преодолению присущей им тенденции к торможению научно – технического прогресса.

В середине 80-х гг., когда в начале «перестройки» в России впервые всерьез заговорили о необходимости освоения зарубежного опыта венчурного бизнеса, необходимые для этого экономические и политические условия в стране еще полностью отсутствовали.

В целом, рискованные венчурные предприятия заняты разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты. На современном этапе научно-технической революции роль малого бизнеса в научных исследованиях и разработках существенно возросла. Это связано с тем, что НТР дала мелким и средним внедренческим и высокотехнологичным фирмам современную технику, соответствующую их размерам – микропроцессоры, микрокомпьютеры, позволяющую вести производство и разработки на высоком техническом уровне и требующую сравнительно доступных затрат.

Преимущество венчурного бизнеса – гибкость, подвижность, способность мобильно переориентироваться, изменять направления поиска, быстро улавливать и опробовать новые идеи [1]. Стремление к прибыли, давление рынка и конкуренции, конкретная поставленная задача, жесткие сроки вынуждают разработчиков действовать результативно и быстро, интенсифицируют исследовательский процесс.

Зачастую, организация венчурного бизнеса происходит следующим образом. Группа из нескольких человек (или даже один человек), располагающих оригинальной идеей в области новой технологии или производства новой продукции, но не имеют средств для организации производства. Чтобы достичь намеченных целей и получить прибыль от своей инновационной деятельности, такая фирма должна соблюдать некоторые условия и отвечать определенным требованиям.

Во-первых, необходимо четко представлять объем спроса потенциальных потребителей на новшество, его экономически выраженные преимущества перед уже существующими способами удовлетворения данной потребности. Короче, успех в известной мере гарантирован, если составлен всесторонний прогноз экономического потенциала новшество не достаточно длительную перспективу.

Во-вторых, успешное развитие малой инновационной фирмы подразумевает, что её руководители и основной персонал отвечает ряду особых требований. Все ключевые работники фирмы, как правило, имеют в ней долю участия. Немаловажен при этом возраст основателя фирмы и его личные качества, высокая работоспособность, коммуникабельность, целеустремленность.

В-третьих, при ограниченности материально-финансовых ресурсов и исключительной рыночной неопределенности качество организации и управления играет огромную роль. В этих формах создается атмосфера творчества, что в сочетании с заинтересованностью ключевых работников в результатах общего дела обеспечивает быстроту и гибкость в принятии решений [2].

Венчурное инвестирование как правило, осуществляется в малые и средние частные предприятия без предоставления ими какого-либо залога или залога, в отличие от банковского кредитования.

Венчурные фонды или компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не обращаются свободно на фондовом рынке.

В рамках венчурного бизнеса действуют два основных вида хозяйствующих субъектов – независимые малые инновационные фирмы и предоставляющие им капитал финансовые учреждения.

Специфика венчурного финансирования заключается в том, что средства предоставляются на безвозвратной, беспроцентной основе, не требуется обеспечения. Переданные в распоряжение венчурной фирмы ресурсы не подлежат изъятию в течение всего срока действия договора между нею и финансовым учреждением.

Успехи рискованного предпринимательства в разработке научно-технических новшеств заставили крупные промышленные корпорации не только пойти на создание корпоративных фирм венчурного капитала, но и развернуть поиск новых элементов своей внутренней структуры, позволяющих полнее использовать творческий потенциал научно-технического и управленческого персонала, стимулировать инициативу в деле интенсификации производства [3].

В заключении работы следует отметить, что современные венчурные предприятия представляют собой гибкие и мобильные структуры и характеризуются чрезвычайно высокой и целенаправленной активностью, которая объясняется прямой личной заинтересованностью работников фирмы и партнеров по венчурному бизнесу в скорейшей успешной коммерческой реализации разрабатываемой идеи, технологии, объекта, изобретения, причем с минимальными затратами. В темпах доведения разработки до коммерческой реализации с ним не могут конкурировать ни крупные, ни тем более средние и мелкие промышленные фирмы.

Характерные примеры – создание небольшими венчурными предприятиями разработки в области металлургии и в автомобилестроении, не признанные фирмами гигантами. Именно мелкие венчурные фирмы дали путевку в жизнь таким изобретениям, как электрография, вакуумные лампы, шариковая ручка, пенициллин, реактивный двигатель, цветная фотобумага, ферритовая печать. Статистика утверждает, что «родителями» более 60% крупных нововведений XX века явились венчурные фирмы [4].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что венчурный бизнес – серьезный источник нововведений. Для их создания необходимо наличие четырех составляющих: коммерческой идеи (суть будущего нововведения); общественной потребности в данном нововведении (продукте, технологии, объекте, услуги); предпринимателя, готового на основе ожидаемого нововведения создать венчурную фирму; «рискового капитала» для финансирования деятельности венчурной фирмы.

#### **Список использованных источников**

1. Алинов С. Венчурный бизнес в США / С. Алинов // Рынок Ценных Бумаг, 1999. – №18. – С. 1–12.
2. Васильева Т.Н. Венчурное предпринимательство / Т.Н. Васильева – М.: РГИИС, 2007. – С. 19–24.
3. Гулькин П.Г. Венчурные и прямые частные инвестиции в России: теория и десятилетие практики / П.Г. Гулькин. – СПб.: ООО «Аналитический центр «Альпари СПб», 2007. – 354 с.
4. Камалов И.Г. Венчурный бизнес в России: новые деньги пришли / И.Г. Камалов // Эксперт. – 2005 – №3. – С. 35–41.



**Араздурдыев Даянч Ашырдурдыевич**  
студент  
**УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»**

## **СООТНОШЕНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ КОНСТИТУЦИОННЫХ НОРМ И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВЕ) В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Согласно Конституции Республики Беларусь в Республике Беларусь как демократическом социальном правовом государстве гарантируется предоставление всем равных прав для осуществления хозяйственной и иной деятельности, кроме запрещенной законом; всем гарантируются равные возможности свободного использования способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности; государство осуществляет регулирование экономической деятельности в интересах человека и общества, обеспечивает направление и координацию государственной и частной экономической деятельности в социальных целях [1, ч. 4,5 ст. 13].

Приведенные конституционные положения обязывают государство создавать максимально благоприятные условия для стабильного развития предпринимательства путем осуществления отвечающей интересам и потребностям общества государственной экономической политики в сфере экономической несостоятельности (банкротства) в целях удовлетворения имущественных интересов и требований кредиторов как участников гражданских правоотношений, содействия субъектам предпринимательской деятельности в обеспечении стабильной и эффективной хозяйственной (экономической) деятельности, восстановлении платежеспособности, исключения из гражданского оборота экономически несостоятельных субъектов (в случае их ликвидации), что нашло отражение в нормах Закона.

На развитие конституционного принципа государственного регулирования экономической деятельности в интересах человека и общества, направления и координации государственной и частной экономической деятельности в социальных целях (часть пятая статьи 13 Конституции) направлены и положения Закона Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» (далее – Закон), устанавливающие условия начала процедуры экономической несостоятельности (банкротства), исключающие возможность необоснованного возбуждения дела; расширяющие круг лиц, участвующих в деле

о банкротстве, и возможности контроля за деятельностью управляющих; определяющие компетенцию органа государственного управления по делам об экономической несостоятельности (банкротстве) и комиссии по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства); предусматривающие меры по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) и оказанию финансовой помощи должнику, проведению досудебного оздоровления юридического лица, индивидуального предпринимателя (статьи 9–12, 14, 16–18, 20); обязывающие государственные органы, в подчинении (составе) которых находится должник, принимать меры по созданию новых рабочих мест, а также по трудоустройству работников организации-банкрота в целях предупреждения негативных социальных последствий при объявлении предприятия экономически несостоятельным (банкротом) (часть вторая статьи 140); усиливающие защиту прав действующих и бывших работников должника, перед которыми он имеет задолженность по заработной плате, а также прав граждан в связи с задолженностью по оплате оказанных ими работ (услуг) по гражданско-правовым договорам; устанавливающие для перечисленных категорий лиц равные условия погашения требований (часть первая статьи 37, часть вторая статьи 86, часть третья статьи 141).

Закон в целом направлен на комплексное и системное правовое регулирование общественных отношений, связанных с экономической несостоятельностью (банкротством), в целях обеспечения баланса прав и законных интересов лиц, участвующих в деле о банкротстве, а также эффективности проведения процедур банкротства.

В Законе устанавливаются основания для признания хозяйственным судом должника экономически несостоятельным (банкротом), регулируются порядок и условия проведения производства по делу об экономической несостоятельности (банкротстве), осуществления мер по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) и иные связанные с этим отношения, порядок и условия проведения санации должника, а при невозможности проведения санации или отсутствии оснований для её проведения - порядок ликвидационного производства должника.

Следует отметить, что в статье 3 Закона устанавливается, что законодательство об экономической несостоятельности (банкротстве) не применяется в отношении субъектов естественных монополий, юридических лиц, являющихся режимными и особо режимными объектами и (или) имеющих такие объекты, юридических лиц, имеющих объекты, находящиеся только в собственности государства, обеспечивающих поддержание необходимого уровня обороноспособности, функционирование стратегически значимых отраслей экономики и (или) иные

важные государственные потребности и реализующих исключительное право государства на осуществление отдельных видов деятельности. К указанным субъектам возможно применение мер по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства); оказанию финансовой помощи в целях обеспечения условий для их стабильной и эффективной хозяйственной (экономической) деятельности; применению предусмотренного Законом размера ответственности по обязательным платежам в период принятия мер по досудебному оздоровлению; признанию сделок должника, которые противоречат государственным или общественным интересам, ничтожными.

В Законе закрепляется положение о том, что ликвидационное производство не применяется также в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, имеющих государственные и (или) международные заказы, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь [2, ст. 140].

Однако на наш взгляд здесь есть нарушения положений статей 22 и 23 Конституции Республики Беларусь принцип равенства всех перед законом.

Таким образом, в Законе необходимо исключить статью 3 для реализации норм Конституции Республики Беларусь, тем самым обеспечить равноправие субъектов хозяйственных правоотношений независимо от уровня, который они занимают в Республике Беларусь: нормы права, регулирующие их хозяйственные отношения, в равной мере распространяются на всех участников этих отношений, в том экономической свободы и поощрения предпринимательского поведения хозяйственных организаций.

### **Список использованных источников**

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2012. – 48 с.
2. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. №415–3; с изм. и дополн. от 04.01.2014 г. // Консультант Плюс: Беларусь, Технология / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 86 с.

## **НАУЧНО–ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

На современном этапе экономического развития в условиях реальной самостоятельности субъектов хозяйствования осуществляется реализация принципов самокупаемости и самофинансирования. Основным фактором их реализации является формирование положительных финансовых результатов и их роста, которые одновременно завершают цикл деятельности предприятия и выступают необходимым условием следующего цикла. Ведущая роль финансовых результатов заключается в том, что на их основе обеспечивается укрепление бюджета государства, содействие инвестиционной привлекательности, деловой активности предприятий в производственной и финансовой сферах.

Возможно, именно поэтому, основное внимание учёных приковано к понятию «финансовых результатов», однако само понятие «экономических результатов» на сегодня остается недостаточно раскрытым, в частности отсутствует достаточное его теоретическое обоснование. Среди отечественных учёных, которые занимались разработкой данного вопроса, стоит отметить работы Фатхутдинова Р.А., Штангерта А.М., Осипова В.И., Игнатьевой И.А., Мациборова В.И., Гордиенко П.Л., Шершнева З.Е., Оборская С.В., Немцова В.Д., Бойчик И.М. и др. Авторами заложены основы понимания экономических результатов, отдельные аспекты их проявления в различных экономических системах, однако вопрос сущности экономических результатов деятельности предприятия остается не достаточно раскрытым и даже противоречивым в экономической литературе.

Целью написания является исследование взглядов на суть экономических результатов и выявления противоречий в их понимании.

Под результатом вообще понимается конечный результат, завершающий собой любой процесс. Деятельность предприятия будет безрезультатной, если она не заканчивается тем, ради чего было создано предприятие, то есть не достигается цель его деятельности [3].

Экономические результаты работы предприятия зависят от конкурентоспособности, востребованности его продукции (работ, услуг), уровня рейтинга, деловой активности и деловой репутации.

На результаты экономической деятельности предприятия влияют уровень безубыточности, ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости.

Экономические результаты деятельности предприятия связаны с эффективностью использования экономических методов управления, действие которых основано на широком применении экономических регуляторов (рычагов) [1].

Основными экономическими результатами хозяйственной деятельности предприятия являются объём выпущенной и реализованной продукции, валовой доход, прибыль, стоимость имущественного комплекса предприятия.

Показатели результата деятельности предприятия разделяют согласно поставленных задач на показатели продукции и показатель прибыли. Синонимом термина «результат» есть термин «эффект». В общем, «эффект» означает результат, следствие определенных причин, действий. Эффект измеряется в материальном, социальном и денежном выражении. Он может оцениваться объёмом дополнительно производимой продукции, показателями улучшения здоровья населения. Хотя по самому определению результат и эффект являются близкими понятиями (эффект – определенная форма результата), потребности экономической практики заставляют в некоторых случаях разграничивать указанные сроки.

При этом под условным понятием экономический результат обычно имеют в виду общий (брутто) результат (в частности, выручка, доход), а под понятием экономический эффект – чистый (нетто) результат (в частности, прибыль). Принципиальная взаимосвязь между указанными двумя понятиями может быть выражена формулой:

$$E = P - B, \quad (1)$$

где Э – величина условного экономического эффекта;  
P – величина условного экономического результата;  
B – полные затраты на реализацию мероприятия, который вызвал эффект [2].

Экономические результаты хозяйственной деятельности предприятия отражают в целом эффективность использования его экономического потенциала, который включает кадровый, технический, производственный и финансовый потенциал и характеризует общие возможности, а также конкретные виды экономической деятельности предприятия.

Таким образом, несмотря на то, что в научных кругах уже длительное время ведутся исследования в направлении изучения сути экономических результатов, этот вопрос так и остается недостаточно разработанным. Дальнейшие направления исследования заключаются в определении финансово-экономических результатов как оценки деятельности предприятия.

#### **Список использованных источников**

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 215 с.
2. Мельник Л.Г. Экономика предприятия: учебное пособие / Л.Г. Мельник, А.И. Каринцева. – Сумы : ВТД «Университетская книга», 2003. – 412 с.
3. Осипов В.И. Экономика предприятия: учебник / В.И. Осипов. – Одесса: Маяк, 2005. – 724 с.

**Бецан Дарья Олеговна**  
аспирантка

**ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный  
технический университет»**

### **АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Одним из основных способов повышения эффективности хозяйственного механизма является совершенствование организационных структур управления предприятием. Для решения этого существенную роль имеет анализ организационных структур предприятия и их применение на практике.

Согласно теории организации, организационная структура управления – это состав, взаимосвязь и соподчиненность самостоятельных управленческих подразделений и отдельных должностей, выполняющих функции управления. Организационная структура управления отражает в себе все цели предприятия, которые распределены между различными звеньями и уровнями управления, связь между которыми обеспечивает координацию действий по их выполнению (достижению).

Исследуя мнения отечественных и зарубежных учёных [1; 2], организационные структуры управления целесообразно разделить на

два класса по степени гибкости и адаптивности – бюрократические и адаптивные.

Бюрократический тип структуры имеет множество разновидностей, но самыми распространенными считаются: линейные, функциональные, линейно-функциональные и дивизиональные [2; 3].

Линейная структура управления позволяет реализовать в системе управления только отношение «руководство – подчинение», то есть руководитель выполняет все функции по управлению подразделениями, обладает широким спектром знаний и опытом управления, обеспечивает единство распоряжения в системе управления.

Функциональная структура управления основывается на принципе специализации организационных и управленческих структур по функциональному признаку. Функциональную структуру целесообразно использовать при большом количестве специализированных работ в организации.

В линейно-функциональной структуре принято такое разделение труда, при котором линейные звенья управления наделены правами единоначалия и выполняют функции распорядительства, а функциональные звенья осуществляют помощь линейным подразделениям в планировании, координации, стимулировании, учёте, контроле, анализе, регулировании их деятельности в форме информирования и консультирования.

Основной принцип построения дивизиональной структуры состоит в отделении стратегических целей от решения оперативных задач. В дивизиональной структуре этот принцип реализован в делегировании значительного числа полномочий топ менеджерам, возглавляющим эти направления, оставляя за руководством предприятия основные стратегические функции: стратегическое планирование, инвестиционную политику, управление финансами.

Ключевой особенностью адаптивных структур управления считается их способность относительно легко изменять свою форму, приспосабливаться к новым условиям, органично вписываться в систему управления. Разновидностями этого типа структур являются проектные, матричные, программно-целевые [3].

Проектная организационная структура – это временная структура, создаваемая для решения конкретной задачи. Во время её организации формируется команда специалистов для реализации конкретного проекта. После завершения проекта команда исполнителей распускается. Такого рода организационная структура используется для реализации крупных проектов.

В матричной организации члены проектной группы подчиняются руководителю проекта, и непосредственным руководителям своих

отделов. Руководитель проекта наделен «проектными полномочиями». Эти полномочия могут изменяться полной линейной властью над всеми деталями проекта до практически штабных полномочий

Программно-целевые структуры – предусматривают создание специального органа управления разработкой и внедрением крупных программ, решению отдельных технических, организационных и социально-экономических задач.

Перечисленные организационные структуры не обеспечивают полного соответствия между реализованной стратегией и структурой. Поэтому для эффективной поддержки реализации выбранной стратегии некоторые предприятия используют два и более типа организационных структур одновременно. Другие организации в дополнение к существующей структуре управления создают специальные координационные механизмы, которые требуются для эффективного выполнения стратегии компании, в виде проектных групп, независимых рабочих групп, а также отдельных менеджеров по связи с потребителями.

### **Список использованных источников**

1. Иванова Н.Ю. Економічна теорія управління фірмою: навчальний посібник / Н.Ю. Иванова. – К. : ЦУЛ, 2010. – 266 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1995. – 704 с.
3. Остапчук О.В. Аналіз принципів побудови організаційних структур управління підприємством / О.В. Остапчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, – 2011. – №6. – Т. 4. – С. 274–276.

**Бибикова Римма Николаевна**

**к.э.н., доцент**

**Кузенная Юлия Александровна**

**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ**

Проблемам формирования источников финансирования и эффективного использования основных средств в бюджетных учреждениях уделяли внимание многие ученые-экономисты и практики. Так, например, Поляк Г.Б., Андросова Л.Д., Карчевский О.И.,



Базилевич О.И., Ермолаев В.Н. и др. посвятили свои труды вопросам классификации источников финансирования; Искрижицкая Ф. и Шашерин В. изучали нюансы ввода в эксплуатацию основных средств и учёта ликвидационной стоимости, влияния изменений действующего законодательства на способы начисления амортизации, списания не полностью амортизированных основных средств вследствие потери их полезности. При этом последний из них отмечал необходимость правильности отражения в бухгалтерском учёте их фактического состояния путем оценки по справедливой стоимости (уменьшение или восстановление полезного использования объектов основных средств).

Однако, несмотря на огромный вклад в решение проблем, связанных с источниками финансирования и эффективного использования основных средств ученые не пришли к общему мнению по вопросу классификации источников финансирования основных средств. Так, проведенные нами исследования показывают, что одна группа учёных. представителем которой является Бланк И.А. [2], рассматривают три группы источников финансирования основных средств – заемные (кредиты, ссуды, займы других организаций), привлеченные (из государственного или местного бюджета) и собственные (доход предприятия или амортизационные отчисления), другие делят все источники средств на внешние и внутренние [3].

При этом не учитывалось, что бюджетные учреждения кроме бюджетных поступлений денежных средств из государственного или местного бюджета, в ряде случаев могут иметь и дополнительные внебюджетные источники:

– получение дохода от предоставления платных услуг, сдачи в аренду (лизинг) оборудования и площадей;

– получение материальной помощи от частных лиц безвозмездно (представленной в виде приобретения оборудования, оргтехники для технических мастерских или лабораторий и т.д.);

– средства во временном распоряжении.

Поэтому, как представляется, и одна, и другая классификация имеет право на жизнь. В то же время вопросы целевого и эффективного использования средств, направленных на финансирование приобретения и использования основных средств бюджетными организациями, требуют не только комплексного использования обеих классификаций, а финансово-экономического анализа выполнения бюджетными учреждениями возложенных на них функций и заданий, обеспеченности основными фондами, но и максимальная степень применения основных средств.

Как показал анализ стоимость основных средств бюджетного учреждения за анализируемый период (2014–2015 годы) выросла

на 0,05%, в 2015 году – за счет ввода в эксплуатацию нового оборудования и приобретения других видов основных средств. За счет обновления, наблюдалось стабильное увеличение веса активной части, что выгодно для учреждения. Доля активной части непроизводственных основных средств от общей стоимости составила 24,12% в 2014 году и 29,6% в 2015 году. Это меньше половины стоимости всех основных средств, вследствие чего, мы можем сделать вывод, что состав пассивной части основных средств занимает здания (более 50%) [1; 4].

Для учреждений непроизводственной сферы характерно то, что их конечный результат, как правило, не имеет материальной формы и существует в виде оказываемых услуг, работ (количество учащихся в учреждения в расчете на 100 тыс. руб. основных средств). Положительное изменение фондоотдачи активной части в первую очередь обусловлено отклонением количественного фактора – увеличением удельного веса в стоимости активной части на 0,48%. За счет этого фактора отдача активной части возросла (влияния показателя составил 33,38%).

Важным условием успешного выполнения бюджетным учреждением задания, является не только обеспеченность основных средств, но и максимальная степень эффективности использования основных средств в процессе образования.

#### **Список использованных источников**

1. Абдуллаев Н.Н. Методика анализа финансового состояния бюджетного учреждения. Аудит / Н.Н. Абдуллаев – 2009. – №11. – 234 с.

2. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс. – 2-е изд., перераб. и доп. / И.А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.

3. Поляк Г.Б., Финансы бюджетных организаций: учебник / Г.Б. Поляк, Л.Д. Андросова, В.В. Карчевский. – Москва: Юнити-Дана, 2012. – 464.

4. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Изд. 6-е, перераб. – Ростов н/Д : Феникс, 2013. – 368 с.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выбор перспектив развития предприятия основывается на изучении возможностей осуществления тех или иных изменений в условиях формирования как внутренних, так и внешних условий. Это позволяет создать благоприятное окружение для развития предприятия.

В процессе управления производственным потенциалом предприятия необходимо учитывать:

1. Реалистичность поставленных перед данным предприятием управленческих задач.

2. Более эффективное использование рабочего времени управленческого персонала.

3. Эффективность утвержденных управленческих решений.

4. Готовность менеджеров устранять повторяющиеся управленческие ошибки и причины их возникновения.

Эффективностью (результативностью) использования производственного потенциала предприятия – это экономическая категория, основное значение которой состоит в постановке правильных целей, которые обеспечат эффективность деятельности предприятий, позволят предприятию получить максимальную прибыль, быть конкурентоспособным [2].

Управление эффективностью использования производственного потенциала основывается на следующих идеях:

1. Максимальная системность стратегии предприятия, а именно последовательное развертывание стратегии в множество подчиненных целей более прикладных на каждом следующем уровне.

2. Формализация стратегии, а именно установление системы количественных и качественных показателей для мониторинга уровня достижения каждой конкретной цели, начиная от разработки положения и вплоть до базового индикатора (целевого показателя).

3. Максимальная персонификация стратегии, то есть доведение каждой конкретной цели до конкретного ответственного менеджера в таком виде, что бы была понятна и его конкретные действия расписаны с датами и ресурсами.

4. Максимально эффективная система мониторинг расхода ресурсов в для реализации стратегии.

Эффективность информационной системы как элемента производственного потенциала во многом зависит от формирования информационной базы.

К основным формам формирования информационной базы относят:

1. По технике: ручная, электронная, смешанная.
2. По централизации: централизованная, частично централизованная и децентрализованная.

Массивы машинной информационной базы могут быть локальными, сформированными преимущественно для решения незначительных задач, и интегрированными в виде базы данных. Интегрированные массивы позволяют избавиться от свойственного для локальных массивов повторяемости информации и возможной несогласованности данных, значительно облегчающих изменения в данные, обеспечивают корпоративное пользование несвязанными программами, способствуют существенному снижению себестоимости информационной базы.

Оперативные базы включают постоянно обновляемые данные, поступающие в процессе хозяйствования (списание основных средств, выплата начисление заработной платы и т.д.). К другим базам относятся временные массивы, которые формируются для решения задач, массивы с исходными данными для формирования печатных материалов [4].

Эффект от инновационного элемента производственного потенциала рассчитывается по факту внедрения новой техники. Годовой экономический эффект от внедрения новой техники и технологии определяется по формуле:

$$\text{Энт} = (\text{Збаз} - \text{Знов})\text{Ннов} = [(\text{Сбаз} + \text{Ен} * \text{Кбаз}) - (\text{Снов} + \text{Ен} * \text{Кнов})] * \text{Ннов}, (1)$$

где: Энт – экономический эффект новой техники, руб.;

Збаз – приведенные затраты на производство единицы продукции с помощью базового варианта техники и технологии, руб.;

Знов – приведенные затраты на производство продукции с помощью новой техники или технологии, руб.;

Ннов – годовой объём производства продукции с помощью новой техники и технологии, ед.;

Сбаз – себестоимость единицы продукции при базовом варианте техники и технологии, руб.;

Снов – себестоимость единицы продукции при новом варианте техники и технологии, руб.;

Кбаз – капиталовложения на единицу продукции при базовом варианте техники и технологии, руб.;

Кнов – капиталовложения на единицу продукции при новом варианте техники и технологии, руб.;

Ен – нормативный коэффициент эффективности.

Указанная формула является основой для расчета экономического эффекта внедрения новой техники во всех отраслях народного хозяйства [2].

Носителей машинной информационной базы можно разделить на следующие группы: магнитные, лазерные, комбинированные.

Одним из главных компонентов информационного обеспечения являются автоматизированные банки данных. Они выполняют следующие функции: ввод, накопление, хранение, обновление, интегрированная обработка и выдача информации в любой комбинации для решения регламентных задач и информационно-справочного обслуживания пользователей.

### **Список использованных источников**

1. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 607 с.

2. Тарасеева Е.В. Развитие бизнес-потенциала организации как основа её корпоративной стратегии / Е.В. Тарасеева, О.В. Перезовова // Современные условия развития экономики и управления: сборник материалов IX международной студенческой научно-практической конференции. – Челябинск: ООО «Работа плюс», 2014. – 275 с.

3. Посыпай В.Г. Управление потенциалом предприятия – Конспект лекций, Харьков, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://buklib.net/books/37473> (Дата обращения: 10.03.2017).

4. Лехто Юха Эффективность управления и возможности российских предприятий / Юха Лехто, Александр Матвеевко. – Управление предприятием, 2014. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/16\\_5\\_03.htm](http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/16_5_03.htm) (Дата обращения: 10.03.2017).

## **ФИНАНСОВАЯ ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В наше время, интерес к феномену «диагностика» не утихает и особенно повышается в условиях непризнанности и военных действий в ЛНР, когда существует необходимость постоянного наблюдения за состоянием экономической безопасности, как Республики в целом, так и её отдельных субъектов предпринимательской деятельности. Постоянное осуществление диагностики позволяет предприятиям всегда быть в курсе своего финансового положения. Имея диагноз состояния финансово – хозяйственной деятельности, организация может детально и всесторонне проанализировать изменения, которые произошли за определенный период времени и принять меры к их полному устранению или хотя бы частичного снижения их влияния на результаты финансово-хозяйственной деятельности предпринимательского субъекта [3, с. 98–105].

Актуальность вопроса заключается в формировании разъяснений по поводу определения финансовой диагностики, её характеристики. Она способствует получению информации, на основе которой руководители организации принимают управленческие решения.

Ученые по-разному трактуют сущность понятия финансовой диагностики: одни из них отождествляют понятия «финансовой диагностики», другие считают, что отождествлять их нельзя, поскольку каждое из них имеет свое содержание.

Диагностика предполагает решение основных проблем, устанавливает качественное и количественное поле сравнений и количественные нормативы показателей объекта исследования.

Большинство авторов указывают на то, что диагностика – это система мероприятий направленная на оттачивание управленческих воздействий с целью приведения системы в надежное русло.

Финансовая диагностика – это способ изучения качественных и количественных данных путем финансовых критериев управления экономическим состоянием, объектами, явлениями и событиями. Такого мнения придерживается Е.В. Галкина. Она утверждает, что финансовая диагностика воплощается через финансовое выражение и финансовую оценку экономических процессов, которые в рамках организации выражены финансовой структурой [4, с. 125–128].

Но для более глубокого определения этих двух понятий, следует взять в расчет мнение и остальных специалистов. Поскольку каждый из них видит свое понятие данного вопроса. Изучив доводы каждого, можно будет с уверенностью сделать определенные выводы.

Рассматривая точку зрения М.И. Баканова и А.Д. Шеремета, можно сделать вывод, что благодаря финансовому анализу, можно получить основополагающие данные, которые дают возможность увидеть точную картину финансового состояния предприятия [2, с. 118–120; 5, с. 112–115].

Аналитик И.А. Бланк точно определяет сущность финансового анализа как, процесса исследования финансового состояния и основных результатов финансовой деятельности предприятия с целью выявления резервов повышения его рыночной стоимости и обеспечения его эффективности развития [1, с. 242–245].

Изучение данного вопроса показало, что не существует четких разграничений в понятиях «финансовый анализ» и «финансовая диагностика». Поэтому руководителям предприятия не следует заострять на этом внимание. Каждая организация должна научиться пользоваться этими методами, стараться их усовершенствовать, найти новые пути решения, для достижения стабильной жизнедеятельности предприятия.

Таким образом, мнения и доводы выше изложенных ученых имеют обоснованность, поскольку финансовый анализ и финансовая диагностика содержат много общего. Так как диагностика и анализ имеют одну информационную основу для оценки и исследования финансового состояния предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. – К.: Ника Центр, Эльга, 2009. – 445 с.

2. Баконов М.И. Теория экономического анализа: учебник / М.И. Баконов, А.Д. Шеремет / 4-е изд., доп. и перераб. – М: Финансы и статистика, 2012. – 220 с.

3. Бибикина Р.Н. Финансовая диагностика кризисного процесса при помощи метода единой системы неравноностей коэффициентов / Р.Н. Бибикина, А.А. Бибикина, В.А. Толстопятов // Экономический вестник Донбасса, №1 (23). – С. 98–195.

4. Галкина Е.В. Бухгалтерский учёт и аудит: учебник / Е.В. Галкина. – М.: издательский дом «Филин», 2009. – С. 125–128.

5. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. – Инфра-М, 2010. – 315 с.

## **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОДХОДА**

Одной из ключевых задач, стоящих перед собственниками и руководителями промышленных предприятий, стоит задача повышения эффективности функционирования этих предприятий. Критерии и измерители эффективности этих результатов на настоящий момент потерпели существенные изменения. Это связано с развитием методов оценки экономической эффективности, и их недостаточности для решения задачи комплексного охвата всех бизнес-процессов предприятия. На практике управления предприятием такие изменения проявляются в снижении роли бухгалтерского учёта, фиксирующего только конечные результаты работы предприятия, и увеличении роли управления ориентированного непосредственно на конкретные цели развития предприятия.

Современная точка зрения ведущих экономистов предполагает, что консервативный подход к оценке эффективности компании всё менее удовлетворяет растущие потребности менеджмента в информации, поскольку базируется в основном на финансовых индикаторах, в то время как на стоимость бизнеса всё большее влияние оказывают нематериальные активы, а именно: бренд, знание и опыт работников, использование передовых технологий и т.д.

Важная проблема состоит в том, что существуют трудности осуществления контроля за выполнением стратегического плана и фактически полное отсутствие механизмов, позволяющих отслеживать выполнение поставленных задач в долгосрочной перспективе. Подход, предложенный Р. Капланом и Д. Нортоном решает обе задачи. Во-первых, концепция системе сбалансированных показателей рассматривает финансовые показатели компании лишь как одну из четырех составляющих, отдавая должное другим рыночным факторам – человеческому потенциалу, операционной эффективности и взаимоотношениями с потребителями. Во-вторых, ключевое значение приобретают не столько знания отдельных показателей, сколько их взаимодействие и сбалансированность [3].

Сбалансированная система показателей (далее – ССП) – концепция переноса и декомпозиции стратегических целей для планирования операционной деятельности и контроль их достижения.



По сути ССП – это механизм взаимосвязи стратегических замыслов и решений с ежедневными задачами, способ направить деятельность всей компании (или группы) на их достижение. Преимущество ССП состоит в том, что организация, внедрившая эту систему, получает в результате «систему координат» действий в соответствии со стратегией на любых уровнях управления и связывают различные функциональные сферы управления, как, например, управление персоналом, финансы, информационные технологии и т.п. При этом неверно, рассматривать ССП односторонне, с позиции какой-либо функциональной сферы. Такие попытки делают крайне затруднительным успех применения и дискредитируют данную концепцию [1].

Согласно позиции авторов-разработчиков системы, ССП это [2]:

1. Новая система управления компанией.
2. Механизм реализации стратегии и её корректировки.
3. Инструмент перевода стратегии в плоскость конкретных целей, показателей и задач.
4. Надёжный инструмент контроля показателей будущего.
5. Система мотивации персонала.
6. Система обратной связи, обучения и постоянного развития.

В результате проведённого нами исследования можно сделать вывод, что ССП дает возможность менеджерам обратить внимание на самые важные моменты функционирования предприятия. Десятилетний опыт её использования показывает, что для каждой отрасли и компании есть свои особенности, зависящие от ресурсов и конкурентного положения. Поэтому менеджерам необходимо выделять ключевые моменты, характерные именно для их предприятий и это даст возможность направить все усилия на повышение эффективности в самых необходимых направлениях деятельности предприятий.

В идеале, ССП показывает, есть ли в компании, подготовленные и заинтересованные сотрудники, эффективны ли бизнес-процессы, довольны ли клиенты.

Поэтому, положительные тенденции широкого использования на практике ССП обеспечивают компаниям более высокую финансовую эффективность в долгосрочной перспективе.

### **Список использованных источников**

1. Каплан С.С. балансированная система показателей. От стратегии к действию / С.Р. Каплан, П.Д. Нортон // Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 304 с.

2. Богуславская С.Б. Отличительные особенности системы сбалансированных показателей и её применение в анализе эффективно-

сти экономического роста компании / С.Б. Богусловская. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2005. – С. 175–179.

3. Хорват П. Сбалансированная система показателей как средство управления предприятием / П. Харват // Стандарты и качество, 2004. №2. – С. 50–53.

**Глыстюк Виктория Викторовна**  
**студентка**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ПОНЯТИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Финансовая устойчивость – многогранное, сложное и широкое понятие. В отечественной и зарубежной литературе авторы не пришли к однозначному толкованию данного понятия. Во многих публикациях авторы финансовую устойчивость отождествляют с платёжеспособностью, финансовой независимостью, прибыльностью, ликвидностью. Но, на наш взгляд, данный подход авторов неоднозначный, а платёжеспособность, финансовая независимость, ликвидность и прибыльность можно рассматривать как показатели, её определяющие.

Рассмотрим основные подходы и трактовки исследуемого нами термина. В работах по финансовому анализу встречаются три наиболее популярных подхода к определению понятия финансовой устойчивости.

Сторонники первого подхода (Грачев А.В.) предприятие рассматривают как финансово устойчивое, если у него имеются финансовые ресурсы для погашения своих финансовых обязательств своевременно [1].

В рамках данного подхода финансовую устойчивость предприятия оценивают посредством использования абсолютных (величина собственного капитала, прибыль и др.) и относительных (рентабельность активов, капитала и др.) коэффициентов.

Недостатком данного подхода является то, что применяемые коэффициенты носят краткосрочный и среднесрочный характер, соответственно они не характеризуют стратегическое развитие организации. На наш взгляд, будет целесообразно также использовать показатели, характеризующие связь предприятия с внешней экономической средой, потому что состояние и особенности рынка непосредственно влияют на устойчивость предприятия.

Сторонники второго подхода финансовую устойчивость связывают не только с оценкой величины, но и структуры капитала

предприятия. Представителями данного подхода являются Шеремет А.Д., Мельникова Л.А., Еримеева Н.В. и другие [2].

В рамках данного подхода основой для анализа выступает показатели, характеризующие величину собственного имущества и его структуры. Одним из популярных вариантов определения величины собственного имущества и его структуры является определение суммы чистых активов в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. По Международным стандартам финансовой отчетности под прибылью понимается сумма чистых активов, которая в конце отчетного периода должна превышать сумму чистых активов начала отчетного периода после вычета всех распределений и взносов владельцев в течение данного периода, а также после устранения искажающего влияния инфляции на учётные данные.

Третий подход рассматривает анализ финансовой устойчивости как механизм защиты предприятия от рисков. Данного подхода придерживаются в своих работах такие авторы, как Градов А.П., Матяш И.П. и др. [3].

Использование основных положений данного подхода при проведении анализа финансовой устойчивости можно рассматривать как одно из направлений совершенствования методики проведения анализа в современных условиях. Сравнение различных подходов к трактовке исследуемого понятия показывает, что финансовую устойчивость необходимо анализировать, используя различные системы показателей, которые применяются в рамках выше рассмотренных подходов.

В зарубежной экономической литературе подходы к определению рассматриваемого понятия не имеют существенных отличий от отечественных трактовок. Так, зарубежные авторы финансовую устойчивость рассматривают в сочетании равновесия финансовых структур и минимизации рисков для инвесторов и кредиторов.

Таким образом, анализ различных интерпретаций понятия финансовой устойчивости показывает, что некоторые авторы не излагают формулировку понятия данному термину, а перечисляют ряд показателей, характеризующих устойчивость субъекта хозяйствования. Многие из них финансовую устойчивость рассматривают более узко и лаконично, выражая его одним или двумя показателями, что представляется нам неоправданным. Другие авторы дают термину финансовой устойчивости широкую характеристику, выходящую за пределы финансового анализа, что тоже представляется нецелесообразным. Проанализировав существующие определения исследуемого понятия, под финансовой устойчивостью будем понимать многомерное экономическое явление, характеризующее размещение и использование финансовых ресурсов, а также их достаточность в каждый момент времени.

## **Список использованных источников**

1. Грачев А.В. Многофакторная модель управления платежеспособностью предприятия / А.В. Грачев // Финансовая экономика, 2012. – №5. – С. 5–13.
2. Мельникова Л.А. Анализ финансовой устойчивости организации / Л.А. Мельникова, И.С. Денисенко, Н.В. Еремеева // Современный бухгалтер, 2014. – №1. – С. 3–7.
3. Градов А.П. Показатели системной эффективности в оценке кредитоспособности и устойчивости предприятия в условиях кризиса / А.П. Градов, И.В. Матяш // Экономический анализ: теория и практика, 2010. – №13. – С. 2–5.

**Голубцова Оксана Анатольевна**  
**ассистент кафедры менеджмента**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СБАЛАНСИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ**

Глобальные и интеграционные изменения, которые происходят в экономике страны, повышают значимость совершенствования процессов управления деятельностью предприятия, поскольку современное рыночно-ориентированное управление бизнес-процессами способствует устойчивому и долгосрочному функционированию предприятий. Постоянные изменяющиеся условия внешней и внутренней среды требуют обоснования адекватного современным условиям хозяйствования научно-методического подхода оценки сбалансированности устойчивого развития предприятия, что, в свою очередь, обуславливает актуальность исследуемой темы.

В научной литературе по вопросам исследования стратегического управления предприятием на основе показателей сбалансированного развития исследуется таким учеными как К.А. Бармута [2], Е.Н. Ветрова [3], Н.Е. Аванесова, О.В. Марченко [1], В.М. Григорьев [4] и др.

Цель данной работы заключается в обосновании теоретических основ формирования системы стратегического управления предприятием на основе показателей сбалансированного развития.

Сбалансированность, предусматривает наличие пропорций между различными локальными элементами устойчивого развития предприятия на всех этапах его деятельности [1, с. 12].

Отметим, что идеально сбалансированное устойчивое развитие предприятия не является гарантом того, что в процессе его управления не возникнет диспропорций от влияния различных факторов. Принцип сбалансированности требует детального контроля за обеспечением готовности системы управления к ускоренной реакции на изменения в условиях хозяйствования.

Главным отличием экономического развития в современных условиях выступает качественный аспект, который освещает неразрывную его связь с инновационной деятельностью. В контексте этого инновация является основным фактором, который направляет экономическую динамику в качественном направлении.

Поэтому систему стратегического управления сбалансированным развитием кроме общих принципов целесообразно было бы дополнить приоритетным принципом - открытости к инновациям и преобразований [3, с. 78]. Но сложившаяся система принципов будет результативной, когда круг принципов данной системы будет подлежать контролю и дополнен принципами управления в целом (принцип полномочий и ответственности, принцип дисциплины и порядка) [1, с. 12].

В целом на предприятии система сбалансированных показателей может быть дополнена показателями: уровень обновления техники, доля рынка, рыночная стоимость акций, удовлетворенность покупателей конечной продукции, эффективность рекламы, количество потерянных клиентов и др., но желательно, чтобы их общее число не превышало двадцати. В противном случае система сбалансированных показателей будет перегружена информацией [2, с. 166].

Таким образом, методика построения системы сбалансированных показателей позволит выбрать критерии оценки каждой цели, снизит субъективный подход и обеспечит их взаимную увязку, позволит провести мониторинг развития предприятия.

Все эти факторы могут действовать в рамках динамичной компании с высокой степенью самостоятельности отдельных работников в принятии решений. В такой ситуации традиционный финансовый контроль не дает результата, и не только потому, что создаваемая в его системе информация часто оказывается устаревшей и слишком неточной, чтобы служить обоснованием принятых решений: помимо этого менеджеры, которые принимают решения, требуют других задач и стимулов деятельности, чем стоимостные показатели прибыли или доходности капитала, рассчитанные по данным финансовой отчетности.

Для воплощения в жизнь комплексной миссии или концепции бизнеса необходимы другие ориентиры. Все подразделения компании должны понимать общую стратегию действий, знать правила игры и действовать согласованно. Такая согласованность возможна только на основе установления общепризнанных ценностей.

Обособленные общие и специфические принципы характеризуют формирование не только всей рассматриваемой системы стратегического сбалансированного развития предприятия в целом, но и её составных частей - подсистем. Для каждой подсистемы необходимо выделить принципы формирования, в наибольшей степени соответствуют её функциональному назначению.

Таким образом, системный подход позволит комплексно оценить любую производственно-хозяйственную деятельность и деятельность системы стратегического управления сбалансированным развитием предприятия, поможет своевременно выявить характер проблем входа, процесса и выхода.

Наличие общих и специфических принципов системы управления сбалансированным развитием промышленного предприятия поможет решать как стратегические задачи так и текущие. С помощью сложившихся принципов система управления сбалансированным развитием промышленного предприятия четко структурированной, способной предотвратить проникновение кризисных явлений в функционирование и развитие промышленного предприятия и не допустить распространения негативных последствий.

### **Список использованных источников**

1. Аванесова Н.Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія / Н.Е. Аванесова, О.В. Марченко; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с.

2. Бармута К.А. Разработка методологических принципов управления развитием промышленного предприятия / К.А. Бармута, Б.Ч. Месхи // Вестник Донского государственного технического университета, 2012. – №1–2. – С. 166–172.

3. Ветрова Е.Н. Концепция построения централизованной системы ресурсного обеспечения на интегрированном промышленном предприятии / Е.Н. Ветрова, Д.Д. Лугеумбиза // Экономическое возрождение России. – 2014. – №1(39). – С. 78–82.

4. Внедрение сбалансированной системы показателей / под. В.М. Григорьева; пер. с нем. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 478 с.

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Успех любого предприятия зависит от того насколько реальна и обоснована его стратегия развития и оценка его результативности. Когда предприятие достигло поставленных целей, оно достигло и успехов, а точнее, его деятельность была результативной.

Проблемы определения экономической результативности и эффективности исследовали многие зарубежные и отечественные ученые экономисты – П. Друкер, Д. Нортон, Р. Каплан, А.М. Жемчугова, Н.С. Пласкова, А.Н. Тищенко, И.Н. Чуев, И.В. Сидоренко и др. В своих работах они исследовали основные подходы к определению результативности и эффективности деятельности предприятий, показателей комплексного экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности. По мнению многих авторов наиболее точным и глубоким для оценки результативности работы предприятия является системный подход.

Целью исследования является определение наиболее оптимального, доступного и действующего способа оценки результативности деятельности предприятия.

Результативность предприятия можно определить как максимально выгодное соотношение между совокупными затратами и экономическими результатами. Современные условия рыночной конкурентной среды определяют некоторые особенности эффективности предприятия как экономической категории: 1) экономическую эффективность предприятия характеризуют финансовые показатели; 2) экономическая эффективность предприятия должна быть равна или выше эффективности других участников рынка; 3) на предприятии должна быть система постоянного мониторинга и повышения уровня экономической эффективности.

Результативность исследуется различными методами экономического анализа. Оценивая результативность какого-либо действия или явления, субъект анализа ориентируется на определенные критерии и содержание данного понятия. Проблемой измерения и оценки результативности предприятия является выбор наиболее оптимальной системы критериев, которая охватывала бы все стороны его деятельности. Кроме

того результативность может быть комплексным показателем и определяться на разных уровнях деятельности предприятия [1]:

– микрорезультативность – детализированное раскрытие аналитической информации, с целью предотвращения негативного воздействия различных внешних и внутренних факторов на достижение поставленных бизнес-целей.

– мезорезультативность – основанное на результатах внутренне-го стратегического и текущего экономического анализа системное представление внутренних субъектов о достигнутом и прогнозируемом уровне развития коммерческой организации.

– квазирезультативность – обобщенное, базирующееся на информации представление внешних субъектов о достигнутом уровне развития обособленного экономического субъекта, осуществляющего коммерческую деятельность.

Оценка результативности хозяйственной деятельности предприятия для каждого пользователя зависит от информационной базы, которой располагает аналитик, и от целей исследователей и методов исследования [1]. Таким образом, для измерения результативности работы предприятия необходимо использовать следующую информационную базу (табл.1), показатели которой отражают все указанные уровни результативности предприятия.

**Таблица 1 – Информационная база анализа результативности работы предприятия**

Показатель	Интерпретация
Объём продаж	Объём производства и реализации продукции.
Валовая прибыль	Финансовый результат (выручка минус переменные расходы)
Балансовая прибыль	Финансовый результат от деятельности предприятия.
Себестоимость	Затраты предприятия на производство и реализацию
Собственный капитал	Является залогом финансовой стойкости развития предприятия.
Стоимость материалов	Стоимость потребленных в производстве сырья и материалов
Стоимость основных средств	Стоимость собственных и полученных на условиях финансового лизинга объектов.
Стоимость оборотных средств	Денежные средства и их эквиваленты. Показатели оборачиваемости оборотных средств.
Заемный капитал	Роста финансового потенциала предприятия
Затраты на оплату труда	Включает заработную плату по окладам и тарифам, премии и поощрения, оплату отпусков и другое
Численность работников	Общая численность работников. Производительность труда.



На основе этих данных рассчитываются основные относительные показатели, характеризующие результативность, сравниваются с предшествующим периодом и определяются темпы роста, анализируются факторы, влияющие на показатель и дается оценка результативности работы предприятия за определенный период.

### **Список использованных источников**

1. Пласкова Н.С. Качественные характеристики и аналитические критерии оценки результативности бизнеса / Н.С. Пласкова // Аудит и финансовый анализ, 2008. – №2. – С. 285–293.

2. Ребрин Ю.И. Основы экономики и управления производством. Конспект лекций / Ю.И. Ребрин. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. – 145 с.

3. Тищенко А.Н. Экономическая результативность деятельности предприятия: монография / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Я.В. Догадайло. – Харьков: ИД Инжек, 2005. – 169 с.

**Долгушин Никита Алексеевич**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ХАРАКТЕРИСТИКА И ОЦЕНКА РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ**

В современных условиях хозяйствования и в процессе своей деятельности предприниматели сталкиваются с совокупностью различных видов риска, которые отличаются между собой по месту и времени возникновения, совокупности внешних и внутренних факторов, влияющих на уровень и степень их воздействия на эффективность работы предприятия. Любой хозяйствующий субъект в своей деятельности сталкивается с различными видами рисков. Риск лежит в основе принятия всех управленческих решений [1, с. 369].

Исследовали проблему, связанную с характеристикой и оценкой рисков предприятий такие учёные, как К.В. Балдин, С.В. Банк, А.В. Тараскин, В.Я. Буянов, Б. Берлимер и другие учёные.

Риск – это возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности.

Неблагоприятной ситуацией или неудачным исходом при этом могут быть:

- упущенная выгода;
- убыток (потеря собственных средств);
- отсутствие результата (дохода, прибыли, преимуществ);
- событие, которое может привести к другим убыткам.

По утверждению автора, основные характеристики рисков делятся на следующие категории [2, с. 207]:

1. Экономическая природа. Риск характеризуется как экономическая категория, занимая определённое место в системе экономических понятий, связанных с осуществлением хозяйственного процесса предприятия. Он проявляется в сфере экономической деятельности предприятия, прямо связан с формированием его прибыли и часто характеризуется возможными экономическими последствиями в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

2. Объективность проявления. Риск является объективным явлением в деятельности предприятия, т.е. сопровождает всё и все направления его деятельности. Несмотря на то, что ряд параметров риска зависит от субъективных управленческих решений, объективная природа его проявления остаётся неизменной.

3. Вероятность возникновения. Она проявляется в том, что рисковое событие может произойти, а может и не произойти в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Степень этой вероятности определяется действием и объективных, и субъективных факторов, однако вероятностная природа финансового риска является постоянной его характеристикой.

4. Неопределённость последствий. Последствия осуществления финансово-хозяйственной операции зависят от вида риска и могут колебаться в довольно значительном диапазоне. Иными словами, риск может сопровождаться как финансовыми потерями для предприятия, так и формированием дополнительных его доходов. Эта характеристика риска означает недетерминированность (отсутствие закономерности в появлении) его финансовых результатов, в первую очередь уровня доходности осуществляемых операций.

5. Ожидаемая неблагоприятность последствий. Хотя последствия проявления риска могут характеризоваться как негативными, так и позитивными показателями результативности финансово-хозяйственной деятельности, риск в хозяйственной практике характеризуется и измеряется уровнем возможных неблагоприятных последствий. Это связано с тем, что ряд последствий риска определяет потерю не только дохода, но и капитала предприятия, что приводит его к банкротству (т. е. к необратимым негативным последствиям для его деятельности).

6. Вариабельность уровня. Уровень риска, характерный для той или иной операции или для определённого направления деятельности

предприятия, не является неизменным. Он изменяется во времени (зависит от продолжительности осуществления операции, так как фактор времени оказывает самостоятельное воздействие на уровень риска, проявляемое через уровень ликвидности вкладываемых финансовых средств, неопределённость движения ставки ссудного процента на финансовом рынке и т.п.) и под воздействием других объективных и субъективных факторов, которые находятся в постоянной динамике.

7. Субъективность оценки. Несмотря на то, что риск как экономическое явление имеет объективную природу, его оценочный показатель – уровень риска – носит субъективный характер. Эта субъективность (неравнозначность оценки данного объективного явления) определяется различным уровнем полноты и достоверности информационной базы, квалификации финансовых менеджеров, их опыта в сфере риск-менеджмента и другими факторами.

Согласно предложенным категориям рисков, оценка рисков – это определение количественным или качественным способом величины влияния рисков на результаты финансово-хозяйственной деятельности [3, с. 128–134].

По утверждению американского эксперта Б. Берлимер, который предложил при анализе рисков использовать некоторые допущения:

- потери от риска независимы друг от друга.
- потеря по одному направлению деятельности не обязательно увеличивает вероятность потери по другому (за исключением форс-мажорных обстоятельств).
- максимально возможный ущерб не должен превышать финансовых возможностей участника.

Анализ рисков можно подразделить на два взаимно дополняющих друг друга вида: качественный и количественный. Качественный анализ имеет целью определить (идентифицировать) факторы, области и виды рисков. Количественный анализ рисков должен дать возможность численно определить размеры отдельных рисков и риска предприятия в целом.

Итоговые результаты качественного анализа риска, в свою очередь, служат исходной информацией для проведения количественного анализа.

Однако осуществление количественной оценки рисков встречает и наибольшие трудности, связанные с тем, что для количественной оценки рисков нужна соответствующая исходная информация.

Исходя из проведенного исследования, мы сделали выводы, что риск имеет самые разнообразные влияния на деятельность предприятия. Риск является объективным явлением в деятельности предприятия, т.е. сопровождает всё и все направления его деятельности.

Для минимизации воздействия рисков необходимо своевременно отслеживать сигналы рисков и своевременно на них воздействовать различными управленческими решениями.

### **Список использованных источников**

1. Балдин К.В. Риск – менеджмент: монография / К.В. Балдин. – М.: Эксмо, 2006. – 368 с.
2. Банк В.Р. Финансовый анализ: монография / В.Р. Банк, С.В. Банк, А.В. Тараскин. – М.: ТК «Велби», 2011. – 205 с.
3. Буянов В. Анализ рисков в деятельности предприятия / В. Буянов // Вопросы экономики. – 2004. – №8. – С. 128–134.

**Задворный Иван Васильевич**  
магистрант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ ПЕРЕРАБОТКИ МЯСА**

Ценообразование как основной фактор ценовой конкуренции является важным инструментом позиционирования фирмы на рынке. При рыночной экономике цена, как основной элемент в стратегии предприятия, отображает цель и задачи предприятия. В зависимости от того какую модель ценообразования фирма выберет можно определить не только то какие задачи и цели фирмы относительно данного товара, а они могут быть [2]:

- максимальное получение прибыли;
- удержание рынка;
- выход на рынок;
- подавление конкурентов;
- стабилизация конкурентоспособности;
- повышение рентабельности.

В Луганской Народной Республике ценообразование, как и рынок только обретает свои особенности. Это связано с тем, что республика находится в политической и экономической изоляции. Из-за изоляции прежние экономические связи были нарушены либо полностью перестали существовать. Этот процесс сказался не только на политике предприятий, но и на их подходе к ценообразованию. Также стоит учитывать понижение покупательной способности потребителя. Во многом это дало сигнал фирмам снижать себестоимость продукции

различными способами: к примеру, увольнение рабочего персонала либо повышение выпуска продукции путём снижения затрат на сырьё, либо поиск новых поставщиков сырья, что является самым непопулярным способом, так как новые экономические связи не могут гарантировать стабильность поставки сырья.

Главным приоритетом для предприятий является возможность осуществлять самостоятельное ценообразование, но в условиях частичного контроля государства в виде выписывания прејскурантных цен, НДС и т.д, а также глобализованной рыночной экономики – это невозможно. Главным образом потому, что предприятие обязано реагировать на внешнюю среду, которая во многом влияет на процесс ценообразования. Чтобы фирма могла проявлять состоятельность в ценообразовании ей необходимо стать монополистом либо крупным предприятием, с которым рынок будет обязан взаимодействовать на равных. Предприятия, которые только выходят на рынок зачастую упускают этот момент невозможности проведения ценообразования самостоятельно и ставят ценовую стратегию либо на максимизацию прибыли, либо, наоборот, занижают цену для повышения клиентской привлекательности. Но при выходе на рынок некрупных предприятий эта стратегия может действовать только на краткосрочный период, в лучшем случае на среднесрочный.

Для того чтобы понять причину по которой предприятия выбирают нерациональные подходы к ценообразованию нам нужно рассмотреть из чего состоит цена.

Для примера ценообразования, рассмотрим продукцию мясоперерабатывающего подкомплекса. В исследовательских целях нами был выбран вид вареной колбасы «Прима» 1 сорт ТМ «Луганский мясокомбинат», поступившей в сеть розничной торговли 23 января 2017 г. В структуре выручки торгового дня удельный вес объёма продажи по группе колбасных изделий в денежном выражении наивысший этого вида колбасы наивысший и составил 12,4%. Розничная цена реализации составила 282,4 руб. за килограмм включая НДС 20% или 56,5 руб. с учётом перерасчета двойного налогообложения по всем ступеням образования цены, оптовоотпускная цена – 214,6 руб./кг, торговая наценка составила 67,8 руб. или 24%, полная себестоимость составила 182,4 руб. рисунок 1 [3].

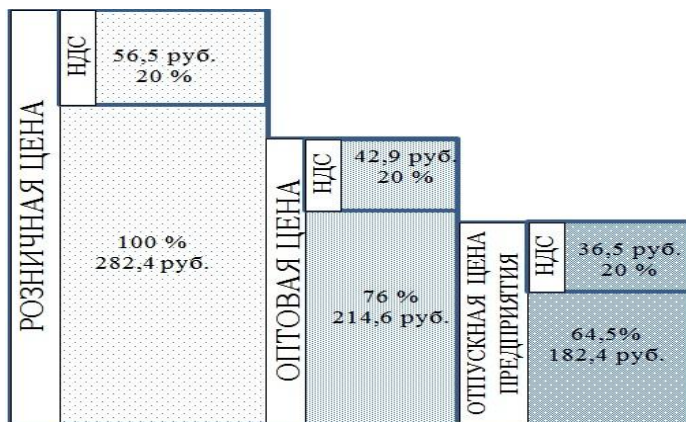


Рисунок 1 – Этапы формирования цены 1 кг колбасы вареной «Прима»

В структуре себестоимости 84% составляет статья затраты на сырье. Затраты на оплату рабочей силы составляют 7%, Постоянные расходы составляют 5%, отчисления и переменные затраты по 2%. Исходя из проведенного анализа необходимо сделать вывод, что в процессе формирования цены на колбасные изделия наибольшее влияние имеет затраты на сырьё.

Таким образом, мы видим, что себестоимость продукции составляет 64,5% для предпринимателей мелкого и среднего бизнеса этот показатель является основной, потому они на него обращают больше всего внимания. Но фирмы, которые могут проводить самостоятельную политику цен, а это монополисты и крупные предприятия, с которым рынок обязан взаимодействовать на равных, могут влиять на оптовую и розничную цену, а мелкие предприниматели и, зачастую, средние не могут этого делать по причине малого контроля рынка. Это сказывается на подходе к ценообразованию, что в результате приводит к вынужденным мерам по принятию методов ценообразования, «продиктованных» монополистами и крупными предприятиями. Поэтому ценообразование в Луганской Народной Республике находится на стадии формирования из-за многогранного подхода к формированию цены которое усложняется экономической изоляцией и отсутствием международного статуса.

## Список использованных источников

1. Государственный комитет статистики ЛНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gkslnr.su/> (Дата обращения: 01.03.2017).
2. Методы ценообразования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/2825108/> (Дата обращения: 01.03.2017).
3. Из чего складывается цена на товар? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shkolazhizni.ru/money/articles/77782/> (Дата обращения: 01.03.2017).

**Заиченко Оксана Анатольевна**  
**ассистент кафедры менеджмента**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях разработка стратегии развития – серьезный этап в жизни предприятия и подходить к нему следует ответственно. Привлечение для этого сторонних консультантов имеет определенный смысл, если у предприятия не хватает опыта проведения подобной работы, есть разное видение направлений развития.

Но главное не в этом. Главное в том, что некоторые предприятия находятся в состоянии, не позволяющем достигать намеченных целей. Свидетельством такого состояния является функциональная разобщенность, концентрация на задачах структурного подразделения, борьба за ограниченные ресурсы и как следствие потеря концентрации всех подразделений на главном. В этом случае любая стратегия не будет достигнута.

Процесс разработки стратегии включает в себя [2]:

1. Планирование стратегии, позволяющее учитывать множество факторов и сложнейшую комбинацию их взаимовлияния.
2. Разработку программ, форм и методов реализации стратегии, определение необходимых изменений в структуре, культуре и ресурсах организации.
3. Оценку и контроль выполнения запланированных действий, обеспечение соответствия между прогнозируемыми и реальными факторами и условиями.

Существует организованная разработка стратегии в виде стратегической сессии, в ходе которой наряду с тяжелой и всем понятной задачей разработки стратегии решается не менее важная задача повышения уровня сотрудничества между подразделениями.

Основной список задач, решаемых на стратегической сессии:

- достижение взаимопонимания относительно целей организации;
- глубокое понимание всеми руководителями потока создания ценности компании, всех бизнес процессов, задач и проблем функциональных подразделений;
- анализ потенциала внутренних возможностей предприятия;
- определение основных факторов, сдерживающих развитие;
- выработка основных направлений стратегии предприятия;
- согласование целей компании с задачами структурных подразделений;
- выбор каналов коммуникации с рынком;
- проведение финансовых расчетов по вариантам развития предприятия.

Внешняя среда предприятия в целом и отдельные области его деятельности претерпевают естественную эволюцию, при которой усиливается нестабильность условий хозяйствования. На каждом этапе эволюции в стратегии предприятия должен присутствовать набор политик и средств их реализации, адекватный уровню внешней нестабильности [3].

Экстремальная неустойчивость внешней среды необычайно повысила роль стратегии в деятельности предприятий, что определяет объективную необходимость разработки новой технологии стратегического управления. Она должна учитывать следующие особенности социально-экономической ситуации в стране:

1. Возможность скачкообразного характера развития экономики, что делает невозможным использование экстраполяционного подхода к прогнозированию развития как предприятия, так и внешней среды.
2. Особая специфичность стратегической информации, источников её образования и средств сбора.
3. Низкая поисковая активность руководителей различного уровня, разбалансированность их экономических интересов.
4. Нестабильность нормативной базы по вине законодательной и исполнительной ветвей власти.
5. Отсутствие необходимых сбалансированных резервов ресурсов предприятия.
6. Слабая развитость рыночной инфраструктуры.



И. Ансофф определяет стратегическое управление как деятельность, связанную с постановкой целей и задач организации и поддержания ряда взаимоотношений между организацией и окружением, которые позволяют ей добиваться своих целей, соответствуют её внутренним возможностям и позволяют оставаться восприимчивой к внешним требованиям [1].

Стратегическое управление является сегодня неотъемлемой компонентой современного менеджмента. Компании всего мира активизируют процессы реорганизации деятельности, децентрализации ответственности за стратегическое управление и перераспределения власти путем построения организационных структур с меньшим числом уровней управления.

### **Список использованных источников**

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во «Питер», 1999. – 416 с.
2. Горемыкин В.А. Экономическая стратегия предприятия: учебник / В.А. Горемыкин, О.А. Богомолов. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», Рилант, 2004. – 506 с.
3. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: учеб. / Ю.А. Маленков – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. – 224 с.

**Заиченко Оксана Анатольевна**  
**ассистент кафедры менеджмента**  
**Толощук Татьяна Витальевна**  
**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СУЩНОСТЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

В современных условиях развития предприятия основными экономическими показателями финансово-хозяйственной деятельности предприятия является объём произведённой и реализованной продукции, валовой доход, прибыль, стоимость имущественного комплекса предприятия. Экономические результаты работы предприятия зависят от качества выпускаемой продукции, спроса на продукцию (работы, услуги), уровня рейтинга, деловой активности и репутации предпри-

ятия. На результаты экономической деятельности предприятия влияют уровень безубыточности, ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Экономические результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия отражают в целом эффективность использования его экономического потенциала, который включает кадровый, технический, производственный и финансовый потенциал и характеризует общие возможности, а также конкретные виды экономической деятельности предприятий.

Объём и рентабельность реализованной продукции, бесспорно, является основным экономическим результатом финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Это показатель сводного характера, характеризующий общие результаты экономической деятельности предприятия.

Процесс материального производства завершается только тогда, когда изготовленная продукция реализуется потребителям. Выручка от реализации продукции является одним из основных показателей успешности завершения процесса производства и в то же время представляет собой законченную стадию кругооборота средств предприятия. Коэффициент оборачиваемости средств предприятия имеет огромное значение для его нормальной хозяйственной деятельности [1].

Целью экономической деятельности предприятия всегда является некий результат, который зависит от многочисленных и разнообразных факторов. Очевидно, что чем более детально будет изучено влияние факторов на величину результата, тем точнее и достовернее будет прогноз о возможности его достижения. Без глубокого и всестороннего изучения факторов нельзя сделать обоснованные выводы о результатах деятельности, выявить резервы производства, обосновать бизнес-план и принять управленческое решение. Факторным анализом, по определению, является методика, включающая в себя единые методы измерения (постоянных и системных) факторных показателей, комплексного изучения их воздействия на величину результативных показателей, теоретические принципы, лежащие в основе прогнозирования [2].

Экономические результаты деятельности предприятия связаны с эффективностью использования экономических методов управления, действие которых основано на широком применении экономических регуляторов (рычагов). Оценить влияние экономических рычагов на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия очень сложно, так как они противоречивы в своей основе. Особенно это относится к таким экономическим рычагам, как материальные стимулы, льготы, компенсации, санкции, дотации, обязательные платежи во

внебюджетные фонды, налоги. Данные экономические рычаги должны создать заинтересованность в развитии производства [3].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что результат экономической деятельности предприятия зависит от наличия ресурсов и эффективности их использования, которые во многом определяются формами и методами мотивации. На него влияет уровень безубыточности, ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Экономические результаты деятельности предприятия связаны с эффективностью использования экономических методов управления, действие которых основано на широком применении экономических регуляторов (рычагов).

### **Список использованных источников**

1. Анализ экономических результатов деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonom-an.ru/index.php?id=358&request=full> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана
2. Экономическая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ngpedia.ru/id440p1.html> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана
3. Карлика А.Е. Экономика предприятия: учебник / под ред. А.Е. Карлика, М.Л. Шухгальтер. М.: 2004. – 340 с.

**Зелик Сергей Николаевич**  
магистрант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ГОСУДАРСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ**

Одной из наиболее актуальных и одновременно самых сложных проблем государства является налоговое регулирование экономики. Налоги в условиях рыночной экономики должны использоваться не только как источник наполнения бюджета, но и как важный инструмент финансового регулирования экономики. Большинство развитых стран в системе мер антикризисного регулирования экономики используют налогообложение не только для решения фискальных целей, но и для выполнения неотложных задач социальной политики, перераспределения доходов между различными слоями населения, поддержки платежеспособного спроса и т. п.

Проблемы налогового регулирования в государстве освещались в трудах учёных-экономистов: П. Гега, В. Федосов, В. Федоров, В. Опарин, Ю. Козак, Н. Петренко, Н. Рубанов, И.Б. Стефанюк и др. Однако и до настоящего времени некоторые из них остаются нерешёнными.

Среди важных задач, которые можно решить с помощью налогового регулирования, выделяют следующие [3]:

- регулирование спроса и предложения;
- оздействие на темпы инфляции;
- формирование рациональной отраслевой структуры;
- стимулирование инвестиционных процессов;
- поддержка инновационной деятельности;
- увеличение объёмов деятельности и развитие конкурентной среды;
- стимулирование рационального использования ресурсов;
- сдерживание роста объёмов производства товаров.

По форме воздействия налоговое регулирование относится к косвенным методам, базирующимся не на прямом принуждении хозяйствующих субъектов, а на использовании их экономических интересов.

По уровню влияния налоговое регулирование осуществляется как на общегосударственном (общегосударственные налоги и сборы), так и на местном уровне. Мероприятия налогового регулирования по характеру воздействия могут быть как стимулирующими, так и сдерживающими, то есть имеют комплексный характер. Мероприятия налогового регулирования в зависимости от целей, выбранного инструмента и порядка его применения, могут иметь как долгосрочный (стратегический), так и оперативный (тактический) характер [2].

Значительное налоговое бремя тормозит экономический рост в государстве, препятствует развитию инвестиционных процессов, ослабляет конкурентоспособность предприятий. Налоговая система «наказывает» субъектов, осуществляющих вложения в экономическое развитие. Между тем, снижение налоговых ставок несет в себе угрозу сокращения бюджетных поступлений, что может привести к нарушению выполнения государством возложенных на нее функций, в частности – в социальной сфере. Налоговая реформа должна решать указанное противоречие, обеспечить рациональный баланс между фискальной и регулирующей функциями налогов в государстве, подчиненность налоговой политики стратегическим задачам долгосрочного экономического роста и качественной структурной перестройки национальной экономики.

Сегодня ключевыми проблемами в налогообложении являются:

- искажение (умышленное или непреднамеренное) фундаментальных основ налогообложения;
- нестабильность, противоречивость законодательной базы;
- незащищенность налоговой политики от некомпетентности и лоббирование;
- нарушение баланса прав и ответственности между налогоплательщиками и налоговыми органами;
- прогрессирующее усложнение налоговых процедур и правил;
- ослабленность регулирующих функций, связанных со стимулированием предпринимательской активности.

Существующая ограниченность использования институционального подхода при решении проблем налогового регулирования имеет свои объяснения, основные из которых, на наш взгляд, следующие:

- во-первых, это следствие ускоренного построения налоговой системы на начальном этапе рыночных преобразований преимущественно на основе политической воли, а не на фундаментальных достижениях теории и экономических расчетах. Такое построение, хотя и основывалась на наиболее эффективных мировых образцах, однако, как известно, привела ко многим противоречивым результатам. Что же касается развития институциональных структур, то это очень сложный и медленный процесс;

- во-вторых, не оправдались надежды, что по мере укрепления и расширения рыночных отношений общественно-экономическая субстанция налога и налогообложения в целом приобретут черты совершенства согласно присущей рынку спонтанной самоорганизации;

- в-третьих, преобладание (которое доминирует и сегодня) правового, а в некоторых случаях даже процессуального представления путей преодоления кризисного состояния над постепенным и научно взвешенным развитием института налоговой политики. Хотя сегодня правовая база остается крайне несовершенной, однако ограничения проблемы принятием новых или внесением изменений в действующие законы не способствует её решению. Критически важно развитие такой институциональной структуры, которая способна объединить социально-философские, экономические и правовые аспекты налогового регулирования [5].

Таким образом, широкое использование мер налогового регулирования может приводить к искажению действия рыночных механизмов, создание неравных условий конкуренции и неоправданных преимуществ для отдельных плательщиков. Поэтому они должны быть равными по отношению ко всем субъектам хозяйствования.

Таким образом, исследование современного состояния налоговой системы свидетельствует, что на сегодня остаются открытыми вопросы переориентации действующей налоговой системы на стимулирование процессов социально-экономического развития страны, решение которых может стать шагом к повышению конкурентоспособности государства и способствовать развитию экономики. Государственные контролирующие органы должны предотвратить тенезацию и криминализацию национальной экономики путем проведения предупредительных мероприятий при осуществлении контроля за уплатой налогов и сборов. Также необходимо достичь прозрачности финансовой, налоговой и статистической отчетности. Это позволит анализировать бюджетные поступления за текущий период и прогнозировать их на будущее.

### **Список использованных источников**

1. Гордиенко Е.С. Налоговое регулирование в Украине / Е.С. Гордиенко, Е.М. Каханевич // Экономические науки. – Серия «Учёт и финансы», 2012 – №9 (33). – С. 1–7.
2. Иванов Ю.Б. Налоговый менеджмент: учеб. / Ю.Б. Иванов, А.И. Крисоватий, А.Я. Кизима, В.В. Карпова. – М.: Знание, 2008. – 525 с.
3. Иванов Ю.Б. Мировые тенденции антикризисного налогового регулирования / Ю.Б. Иванов // Вестник Национального университета ДПС Украины (экономика, право), 2010. – №1 (48). – С. 10–15.
4. Иванов Ю.Б. Функции налогов и налоговое регулирование / Ю.Б. Иванов // Формирование рыночной экономики Украины, 2009. – Вып. 19. – С. 36–43.
5. Нагорняк Г. Проблемы налогового регулирования в Украине и пути их решения / Г. Нагорняк, Ю. Волк // Галицкий экономический вестник. – 2010. – №2 (27) – С. 140–152.

**Зуева Татьяна Вадимовна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Проанализировав финансово-экономическое состояние ООО «Луганский мясокомбинат» можно отметить, что предприятие

имеет достаточно стабильное рыночное положение и успешно продолжает свою деятельность. Среди недостатков можно выделить снижение рентабельности основной деятельности 4% за отчетный период по сравнению с 2014 годом. Повысить уровень рентабельности деятельности предприятия можно, в том числе, путем развития маркетинговой деятельности

По совершенствованию маркетинговой деятельности на исследуемом предприятии можно предложить следующие меры.

1. Предприятию необходимо заранее позаботиться о дополнительных поставках сырья, занявшись поисками новых поставщиков, возможен вариант заключения договоров поставки с фермерами Донецкой народной республики. Оплата может осуществляться не только за наличный или безналичный расчет, но и на бартерной основе. Одновременно будет решена еще одна немаловажная задача – распространение своей продукции на более широкой территории и для более широкого круга потребителей.

2. На предприятии следует выделить функцию – анализ рыночной конъюнктуры. Полная информация о рыночной конъюнктуре дает возможность быстрее реагировать на её изменения. Всесторонне изучение конъюнктуры товарного рынка охватывает анализ и прогноз состояния рынка конкретного товара, предусматривает изучение отраслей производства и потребления рассматриваемой продукции, их взаимосвязей, а также инфраструктурное обеспечение рынка. Все это поможет своевременно реагировать на изменение ситуации на рынке. Как известно, каждое предприятие стремится работать с наибольшей прибылью, а своевременное исследование и скорейшая реакция на изменение ситуации на рынке позволит по одной проблеме предложить различные варианты её решения.

3. Для распространения продукции среди большего числа потребителей необходимо чаще проводить рекламные выставки с дегустацией продукции, а особенно с рекламой нового вида продукции.

4. Необходимо больше заключить долгосрочных договоров с торговыми предприятиями. На территории ЛНР исследуемый мясокомбинат является самым крупным производителем и реализация продукции и реализация продукции является непростой задачей, а завоевывают потребителей на прилегающих территориях пока невозможна.

5. Следует проводить анкетирование среди населения для выявления потребительских предпочтений.

Рассмотрим примерные вопросы анкеты.

1) сколько раз в месяц Вы приобретаете изделия ООО «Луганский мясокомбинат»?

2) в каком количестве Вы покупаете продукцию мясокомбината за один раз?

3) от чего зависит количество продукции, приобретаемой Вами?

4) какое именно изделия Вы приобретаете?

5) какую продукцию другого производителя Вы предпочитаете?

6) от чего зависит вид продукции, приобретаемый Вами?

7) на праздничные мероприятия вы предпочитаете приобрести продукцию, произведенную мясокомбинатом, или приготовленную в домашних условиях?

8) какие виды продукции, производимой мясокомбинатом Вы приобретаете чаще всего и почему?

9) удовлетворяет Вас качество изделий, производимых ООО «Луганский мясокомбинат»?

10) какие еще виды продукции вы хотели бы видеть на прилавках наших магазинов?

6. Необходимо усилить рекламу такого вида услуги, как выполнение заказов организаций и предприятий. Вне всякого сомнения, эта услуга повысит качество обслуживания населения, а так же это будет способствовать повышению уровня доверия к данному предприятию и как следствие увеличению прибыльности предприятия.

7. Необходимо оборудовать (закупить) несколько машин-киосков для выездной торговли в дальние села, возможно прибыль не на много превысит расходы, но постоянный спрос и высокий авторитет предприятию обеспечен. Население, живущее в отдаленных районах некоторым образом «отрезано» от цивилизации, значит, предложенная услуга будет пользоваться спросом и предприятие усилит рыночную позицию.

8. Необходимо осуществлять выездную торговлю в ДНР, так как качество изделий может составить реальную конкуренцию местным производителям. Если на прилавках магазинов нашего города представлена продукция и других мясокомбинатов, а в некоторых случаях потребители отдают им предпочтение, то с таким же успехом продукция ООО «Луганский мясокомбинат» может составлять конкуренцию на рынке и в других регионах.

9. Необходимо больше сотрудничать с мелкооптовыми покупателям продукции с небольшим снижением цены (в зависимости от количества приобретаемого). Снижение цены не отдельного товара, а мелкой партии товара выгодно для потребителя потому, что оно распространяется на партию товара. Такое снижение особенно эффективно для недорогих товаров.

10. Активизировать реализацию совмещенных изделий, ни один из которых не является обязательным компонентом другого



(«Набор для пикника», «День Рождения – вкусный праздник» и др.). Цена комплекта ниже суммы цен продаваемых товаров. При совместной продаже нескольких видов продукции имеется существенная скидка. Что касается производителя, этот вид продажи позволяет объединить зарекомендовавшую себя продукцию с новой продукцией, тем самым облегчается задача внедрения нового продукта на рынок. Она позволяет также объединить продукцию, сбыт которой затруднен, с продукцией высокой оборачиваемости, что в итоге приводит к увеличению сбыта продукции предприятия.

Таким образом, разработанные нами предложения позволят существенно активизировать реализацию продукции и в целом совершенствовать маркетинговую деятельность предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Коцур М.В. Конкурентоспособная ассортиментная политика в системе целей предприятия / М.В. Коцур. // Проблемы управления, 2009. – №4. – С. 149–155.

2. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров / О.К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2012. – 343 с.

3. Пошатаев А.В. Маркетинг / А.В. Пошатаев, М.В. Москалев, Е.И. Семенова. – М.: Колос С, 2007. – 367 с.

4. Сысоева С.В. Стандарт работы розничного магазина. Разработка инструкций, регламентов и обучение торгового персонала / С.В. Сысоева. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

5. Тебекин А.В. Методы принятия управленческих решений: учебник для бакалавров; рекомендовано МО и науки РФ / А.В. Тебекин. – М.: Юрайт, 2013. – 572 с. – (Серия: Бакалавр. Базовый курс).

**Изыумский Алексей Вадимович**  
магистрант

**Чумак Анна Александровна**  
магистрант

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

### **ВЛИЯНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА ОРГАНИЗАЦИЮ УЧЁТА ЗАТРАТ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ**

Отраслевые особенности производства, как правило, значительным образом влияют на организацию учёта и определяют основные положения учётной политики конкретного хозяйствующего субъекта. Учитывая, что Донбасс находится в зоне так называемого «рискованно-

го земледелия» и влияние природных факторов на сельскохозяйственную отрасль, особенно растениеводство носит, в основном, негативный характер, необходимо обеспечить эффективный учёт и управление затратами с учётом всех факторов, влияющих на этот процесс.

В видовом составе растениеводческой продукции сельского хозяйства нашего региона преобладают зерновые и пропашные культуры, производство которых характеризуется 80–90% уровнем механизации работ. Таким образом, значительная часть затрат растениеводства приходится на машинно-транспортный парк (МТП) предприятия, анализ работы и калькуляция себестоимости которого затруднен в связи с действующей методикой учёта – затраты, которые прямо относятся на производство конкретной культуры на нее и относятся, минуя затраты МТП.

Технологический процесс производства одновременно нескольких видов продукции и требования к сохранению плодородия почв приводят к необходимости четкого разграничения затрат во времени и пространстве [2].

Сельскохозяйственные предприятия нашего региона являются сложными производственными структурами, в которых отдельные производственные процессы разделены территориально и, следовательно, требуется четкое планирование использования сельскохозяйственной техники, машин и оборудования. При этом, необходимо установить место формирования затрат и конкретные объекты учёта, находящиеся на этих территориях.

Основным средством сельскохозяйственного производства является земля, которая не является активом предприятия с точки зрения бухгалтерского законодательства и бухгалтерский учёт которой, в связи с этим, не ведется. Однако, управленческий учёт растениеводческой продукции, по нашему мнению, должен обеспечить точный учёт земельных угодий и затрат на поддержание её плодородия (орошение, рекультивацию, удобрение и т.д.). В связи с этим, основной задачей по этому направлению учёта является паспортизация полей и точное фиксирование капитальных затрат на улучшение земли, определение периода их амортизации и обоснованное её начисление (в рамках управленческого учёта).

Затраты средств производства и предметов труда в сельском хозяйстве неравномерны и носят сезонный характер. Поэтому необходимо разграничение затрат не только по культурам, но и по периодам производственного цикла (технологическим процессам) [1].

Технологический процесс производства в растениеводстве состоит из 4 основных комплексов работ: подготовка почвы к посеву, посев, уход за посевами, уборка и хранение урожая. Каждый из этих

комплексов включает большое количество конкретных видов работ (вспашка, боронование, культивация, уборка, транспортировка и т.д.). Поэтому затраты на выполнение этих работы должны быть разграничены в производственном учёте по видам работ. Такое разделение обеспечивает не только реальное исчисление себестоимости продукции растениеводства, но и способствует осуществлению действенного контроля формирования производственных затрат на каждой его технологической стадии. Формирование затрат по стадиям и процессам происходит в отдельных центрах затрат, которые должны являться первичными местами их учёта [3].

Все процессы в сельскохозяйственном производстве должны производиться с установленной последовательностью в четко обусловленные технологией производства сроки. В производственном процессе растениеводства при выполнении технологических работ осуществляется большой перечень затрат: расходуются семена, удобрения, горюче-смазочные материалы, физически изнашивается сельскохозяйственная техника и прочие основные средства, оплачивается труд производственных работников и т.д. Эти затраты должны накапливаться в учёте отдельно и разграничиваться. В связи с чем в производственном учёте затраты должны быть не только систематизированы в общей сумме, но и осуществляться в поэлементной и постатейной группировке (по элементам и статьям затрат согласно установленной номенклатуре).

Несовпадение во времени учётного и операционного циклов в растениеводстве приводят к тому, что затраты необходимо учитывать еще и с учётом временных характеристик: затраты прошлого года под урожай текущего, затраты текущего года под урожай отчетного года, затраты отчетного года под урожай будущих лет.

Таким образом, учитывая отраслевые особенности сельского хозяйства, можно выделить основные задачи бухгалтерского учёта в растениеводстве:

- своевременное и полное отражение производственных затрат в разрезе отдельных культур (групп культур), работ незавершенного производства;
- своевременное и полное оприходование продукции с четким разграничением на основную, сопутствующую и побочную.

### **Список использованных источников**

1. Голованов А.А. Особенности организации бухгалтерского учёта и затрат на производство доходов и финансовых результатов на предприятиях АПК / А.А. Голованов // Экономика сельскохозяйственных предприятий, 2007. – №12. – С. 32-44.

2. Костина З.А. Особенности технологического процесса зернового производства и их влияние на формирование объектов учёта затрат и калькулирования / З.А. Костина // Экономические науки, 2009 – №12. – С. 25–32.

3. Кравцов С.А. Зерновое хозяйство России: проблемы и пути устойчивого развития / С.А. Кравцов, Ю.М. Захаров // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2009. – №9. – С. 15–18.

**Ильин Валерий Юрьевич**  
д.э.н., доцент  
**Косякова Галина Ивановна**  
магистрант  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ОДНА ИЗ ВАЖНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Современное управление нуждается в научном анализе и поиске, и нахождении оптимальных решений на основе объективных критериев. Оно предполагает, чтобы исполнители, действующие компетентно, изобретательно, приноравливались к непрерывно меняющейся ситуации.

Современное управление предприятием, основанное на узкой технической базе, ведется главным образом путем приближенных и укрепленных расчетов, одновариантно. В этих условиях почти нет возможности избрать вариант, наиболее близкий к оптимальному.

Следовательно, современное управление предприятием пронизано творчеством и без него вообще невозможно.

В каждое десятилетие происходит изменения и переоценка в кадровом менеджменте. Роль кадровой политики особенно возрастает в условиях кризисной экономики [1, с. 8].

В основе кадрового менеджмента лежат принципы демократии управления, знание отдельных людей и их потребностей, справедливости, соблюдения правовых и законодательных норм и правил, а также соблюдения равенства и последовательность.

Управление персоналом напрямую связана со стратегией предприятия, его развития и целенаправленности. Менеджмент предприятия определяется целями и задачами предприятия, его функции связаны с поддержанием работоспособности персонала [3, с. 30].

В практике управления начали использовать систематический анализ перспективных потребностей по отдельным категориям персонала и выделять как самостоятельный вид деятельности кадровых служб кадровое планирование.

Родиной современного управления является Америка. В основах американской системы управления лежат основные положения классической школы. В настоящее время американцы активно используют наиболее интересные школьные теории о психологии людей и взаимоотношениях между ними. Также американская система управления отличается стратегией и индивидуальным подходом к каждой ситуации. К тому же американцы эффективно используют интернационализацию в менеджменте (интернационализация – это адаптация продукта для его использования в любой ситуации и в любом месте). Американские специалисты умеют работать вместе с другими специалистами из других областей, что делает их работу более продуктивной. Социологи уверены: сердце экономической успешности Америки в её капитале и менеджменте [4].

Управление ресурсами, денежными потоками предприятия (финансовый менеджмент) в совокупности с управлением персоналом, является одним из ключевых элементов всей системы современного управления, имеющим особое, приоритетное значение для сегодняшних условий экономики Луганской народной республики.

Магистральная линия современного управления персоналом состоит в том, чтобы сделать более эффективным руководителя среднего звена, усилить его реальную отдачу. Кроме того, это должно стать основой для развития карьеры. Каждому предприятию необходимо определить карьерную политику для повышения квалификации и мотивации наиболее активной части руководителей.

Очень важно, чтобы служащие были хорошо обученными, квалифицированными и мотивированными в отношении целей безопасности и здоровья. Современное управление создает открытую, мотивирующую корпоративную культуру, в которой создана общая приверженность достижения ключевых корпоративных целей и совместный, основанный на команде подход [5].

Кадровая политика – составная часть стратегической политики предприятия она является мощным инструментом предприятия в достижении поставленных стратегических целей. Современные кадровые службы становятся центрами по разработке и организации стратегии организации труда, цель которой повышение производственной, творческой отдачи и активности персонала, разработка и реализация развития кадров, обеспечение справедливой оплаты труда, работа с мотивирующими фактами для сотрудников.

Квалифицированное управление персоналом – это не только ключ к успеху, но и возможность если не подниматься, то оставаться на прежнем уровне развития. Если при управлении персоналом были допущены ошибки, то снижается качество товара и репутация компании [2, с. 280].

Успешное развитие предприятием в современных условиях в немалой степени зависит от конкурентоспособности персонала, повышением квалификации, стратегическим планированием и профессиональной ориентацией. Если правильно управлять персоналом со знанием социальных, психологических аспектов кадров, то можно изменить качество работы сотрудников, увеличить прибыль и значительно улучшить атмосферу в организации. Не каждому человеку дан дар лидерства, поэтому нужно учиться, повышать свой квалификационный уровень. Успех сопутствует тем предприятиям, которые ориентируются на перспективу инновационного управления трудом.

#### **Список использованных источников**

1. Палеха Ю.И. Менеджмент персоналу / Ю.И. Палеха – К.: Вид-во «Ліра-К». – 2010. – 338 с.
2. Грегори Мэнькью Н. Принципы экономикс: учебник XXI века. / Н. Грегори Мэнькью – Санкт-Петербург: Питер, 1999. – 780 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения / Р.А. Фатхутдинов, – К.: Истина, 2005. – 184 с.
4. Американская система персоналом: каковы главные плюсы ? [Электронный ресурс]: HR – Portal. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/amerikanskaya-sistema-upravleniya-personalom-kakovy-glavnye-plyusy> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.
5. Большая энциклопедия нефти и газа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ngpedia.ru/id540283p4.html> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

**Ильин Валерий Юрьевич**  
д.э.н., доцент  
**Хромовская Ольга Анатольевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Венчурными предприятиями обычно являются небольшие предприятия, деятельность которых связана с большой степенью риска продвижения их продукции на рынке. Обычно это предприятия, создающие новый продукт, еще не известный потребителю и не имеющий четкой перспективы развития. При этом имеется два вида определений. Само название «венчурный» происходит от английского «venture» – «рискованное предприятие» или «начинание». В определение первого вида связывают понятие «рисковость» с отсутствием гарантий венчурных инвестиций от возможной потери залогом или залогом.

Венчурное предпринимательство – деятельность по организации посредничества между венчурным инвестором и фирмами-реципиентами инвестиций, направленная на разделение рисков между всеми субъектами контрактных отношений и получение прибыли посредством «выхода» [1].

Венчурные инвестиции – это, как правило, рискованные инвестиции, обладающие доходностью выше среднего уровня. Эта целостность связывалась с рынком венчурного капитала.

Венчурный капитал – это капитал, используемый для осуществления прямых частных инвестиций, который обычно предоставляется внешними инвесторами для финансирования новых, растущих компаний, или компаний на грани банкротства.

С совокупностью его источников, спецификой сфер приложения, набором необходимых условий для его эффективного использования. Однако какого-то целостного научного обобщения явление роста комплексности венчурного инвестирования не получило.

Целью развития системы венчурного инвестирования в 2000–2015 годах провозглашено создание благоприятных условий для развития научно-технического и инновационного предпринимательства и механизмов, обеспечивающих привлечение инвестиций в наукоемкие инновационные проекты, реализуемые венчурными предприятиями.

В качестве основных выделены : нормативное, организационное и экономическое направления развития системы венчурного инвестирования.

Первое нормативное направление развития системы включает принятие нормативных правовых актов, обеспечивающих эффективное функционирование системы венчурного инвестирования в научно-технической сфере. В рамках этого направления предусматривается:

- формирование нормативной правовой базы, регулирующей отношения при венчурном инвестировании;

- обеспечение мер государственной поддержки системы венчурного инвестирования, в том числе внесение дополнений и изменений в налоговое и таможенное законодательство, а также порядок предоставления государственных гарантий;

- развитие вторичного фондового рынка, в том числе биржевой торговли ценными бумагами венчурных предприятий, системы электронных торгов и иных механизмов рынка.

Второе – организационное направление развития системы венчурного инвестирования подразумевает по замыслу авторов документа создание федеральных, региональных и отраслевых венчурных инвестиционных институтов, других элементов системы венчурного инвестирования, а также организацию подготовки кадров.

Основной задачей – является создание региональных и отраслевых венчурных инвестиционных институтов, привлекающих средства российского и зарубежного частного капитала и вкладывающих эти средства в российские венчурные предприятия. Для организации сети таких институтов предусматривается создание Федерального Венчурного инвестиционного фонда.

Третье – экономическое направление развития системы венчурного инвестирования определяет финансовые средства для венчурного инвестирования. Финансовое участие Российской Федерации в создании Венчурного инновационного фонда обеспечивается путем внесения в него имущественного вноса из средств Российского фонда технологического развития Минпромнауки России. Данные средства используются на начальном этапе деятельности фонда, в дальнейшем Венчурный инновационный фонд будет осуществлять инвестиционную деятельность за счет привлеченных средств. Экономическую эффективность системы венчурного инвестирования предусмотрено определять объемами привлеченных внебюджетных средств.

Авторы «Основных направлений...» в качестве основной причины развития венчурного инвестирования в России видят нехватку ресурсов для научно-технической сферы [2]. Но, как показал анализ зарубежного опыта, венчурный капитал, как особая разновидность



финансового, вызван к экономической жизни не столько нехваткой бюджетных средств для развития науки и высоких технологий (высоко-технологического комплекса) [3], сколько современным этапом научно-технического прогресса, для которого характерно приоритетное положение инноваций, особенно системных, в числе совокупности факторов развития. Венчурный капитал оказался наиболее приспособленным для инвестиционного обеспечения воспроизводства инноваций, сопряженного с большим разнообразием рисков [4].

Как показало исследование, венчурное инвестирование не может компенсировать нехватку средств из других источников для развития научно-технической сферы. Оно полезно в своей конкретной «нише» развития инновационной активности хозяйственных систем. Недаром удельный вес венчурного капитала в общем объеме инвестируемых средств во многих странах не превышает нескольких процентов (кроме США и Великобритании).

#### **Список использованных источников**

1. Кэмпбэлл Кэтрин. Венчурный бизнес: новые подходы / Кэтрин Кэмпбэлл. – изд. «Альпина Паблишер», 2004. – 324 с.
2. Ван дер Бург Эмиль. Развитие европейской венчурной индустрии в конце 90-х годов и процессы развития в Восточной Европе / Эмиль Ван дер Бург. – СПб.: РАВИ, 2001. – 117 с.
3. Венчурное инвестирование в России (юридические аспекты). Материалы к обсуждению. СПб.: РАВИ, 2001. – С. 15–16.

**Ильин Владислав Юрьевич**  
аспирант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

#### **ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЕНЧУРНЫМИ ИННОВАЦИОННЫМИ РИСКАМИ**

Основным инструментом управления рисками является страхование. Однако для инновационной фирмы данный способ ограничения риска не всегда доступен из-за высоких размеров страховых взносов. Кроме того, страховые компании принимают к страхованию не все риски, особенно связанные с инновационной деятельностью. Такой способ ограничения риска чреват злоупотреблением со стороны страховщика и увеличивает затраты, а соответственно, и стоимость риска. Иногда премия, которая запрашивается страховщиком за принятие риска,

превышает цену, которую страхователь считает разумной за передачу данного риска [1].

Одним из способов ограничения риска при осуществлении венчурной деятельности является резервирование денежных средств (самострахование), который заключается в создании резерва на покрытие непредвиденных расходов. При этом определяется соотношение между потенциальными рисками, влияющими на стоимость проекта, и расходами, необходимыми для преодоления сбоев в реализации венчурного проекта. Трудность заключается в достоверной оценке возможных последствий рисков события. Такой способ ограничения рисков является целесообразным, если затраты на создание резервов меньше страховых взносов при страховании [2].

Другим способом ограничения риска при осуществлении венчурной деятельности является распределение риска между венчурным инвестором и предпринимателем, или передача риска сторонней организации путем заключения соответствующих договоров (договор подряда, контракты на перевозку грузов, договор лизинга, договор факторинга и др.) [3].

Кроме перечисленных способов возможно использование опционного подхода к управлению рисками венчурной деятельности. При этом возможны следующие опционы:

- опцион на стратегические инвестиции (возможность осуществления венчурного проекта, дающего начало будущим проектам);
- опцион на отсрочку венчурного проекта (возможность отложить начало венчурного проекта);
- опцион на прекращение венчурного проекта (возможность отказаться от осуществления венчурного проекта).

В любом случае при принятии решения по предупреждению или снижению риска венчурного инвестирования необходимо проводить оценку эффективности реализуемых мероприятий. При этом мероприятие считается эффективным, если выполняется условие:

$$\Delta S + \Delta NPV > D, \quad (1)$$

где  $\Delta S$  – уменьшение потерь (приведенная величина), которое обеспечивает противорисковое мероприятие,

$\Delta NPV$  – прирост чистой текущей стоимости венчурного проекта за счет уменьшения ставки дисконтирования (из-за снижения уровня риска венчурного проекта);

$D$  – приведенные затраты на реализацию противорискового мероприятия.

Такую оценку целесообразно проводить, если существует несколько вариантов реализации противорисковых мероприятий и необходимо выбрать более эффективный вариант.

Таким образом, к числу методов, направленных на уменьшение риска в венчурном инвестировании, можно отнести: тщательный отбор проектов для инвестирования; ступенчатую систему финансирования, когда финансирование каждой последующей стадии развития проекта производится только при достижении определенных успешных результатов на предыдущей стадии; диверсификацию – как по проектам, как таковым, так и по отраслям, географическим регионам и стадиям развития; опыт и знания менеджера как средство изменить соотношение доходность-риск. Из этого следует, что, осуществляя свою деятельность в условиях чрезвычайно высоких рисков, венчурные инвесторы вынуждены уделять большое внимание идентификации и минимизации рисков. Часть усилий по уменьшению рисков связана с защитой инвестором своего положения в компании, но основные усилия имеют отношение к рискам самого бизнеса и его окружающей среды. Венчурные инвесторы стремятся понять риски бизнеса, стараются избегать рисков, на которые у них нет влияния.

#### **Список использованных источников**

1. Бойкова Ю.И. Учёт фактора риска при инвестировании венчурного капитала / Ю.И. Бойкова, М.Н. Переверзева, С.А. Попов // Успехи в химии и химической технологии, 2009. – Т. 23. – №12 (105). – С. 79–82.
2. Рыжикова О.Н. Управление рисками инновационных проектов / О.Н. Рыжикова // Аудит и финансовый анализ, 2009. – №1. – С. 368–371.
3. Пшеничников Р.С. Совершенствование методов оценки венчурных инновационных проектов / Р.С. Пшеничников // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2014. – №2. – С. 134–137.

## **ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Венчурные предприятия (англ. ventures, от английского слова «venturer» - риск) – предприятия, осуществляющие научные исследования, инженерные разработки и внедряют новшества, в частности по заказу крупных фирм и за государственными субконтрактами [1].

Венчурные предприятия создаются с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации рискованных инноваций. В некоторых случаях венчурные фирмы являются временными организационными структурами, которые созданы для решения конкретной проблемы. После достижения цели они, обычно, продаются, поглощаются крупной фирмой или продолжают свое функционирование как новая развитая фирма. Современные венчурные фирмы – это гибкие и мобильные структуры и характеризуются чрезвычайно высокой активностью, обусловленной привлечением высококвалифицированных, талантливых специалистов и созданием соответствующих стимулов для изобретательской деятельности. Венчурные фирмы – это в основном малые предприятия в новейших отраслях производства (электроника, биохимия, биоинженерия, производство потребительских товаров), в которых происходит интенсивная смена поколений продуктов и технологий [2].

Целью исследования является исследование и прогнозирование объективных возможностей формирования и развития венчурных предприятий.

Для становления небольшого бизнеса в инноваторской сфере нужны вложения. Обычно, снова создаваемые предприятия, специализирующиеся инноваторской работой, финансируются из собственных средств, так как обыденные банковские кредиты им, по большей доли, недостижимы. Это связано с последующими факторами.

Анализ состояния инвестиционного рынка разрешает прийти к выводу о наличии сектора частных инвесторов, накопивших деньги в объеме нескольких 10-ков млн руб. Недвижимость они уже приобрели; материализовать средства в товаре либо направить их на банковский депозит видится им неэффективным; начинать ведь новое дело организационно и экономически трудно.

Потому часть данной категории инвесторов готова инвестировать средства в настоящие проекты с небольшой либо средней долей риска. При всем этом возможно утратить часть средств в случае положительного результата (20–25%) либо, напротив, обрести от реализации проекта (сроком от 1 до 1,5 года) довольно высокую прибыль (Сто–200%). Обладатели венчурного капитала обращают средства туда, куда банки по уставу либо в связи осмотрительности инвестировать их не решаются.

Конкретно в таком случае для предприятий, занятых инноваторской работой, очень принципиально заинтересовать венчурный капитал, так как иных методов получения финансирования им фактически не присутствует [3].

Исходя из вышеизложенного можно однозначно утверждать, что на современном этапе развития экономики и уровня инвестиционной деятельности на государственном уровне оценка возможностей формирования и развития венчурных предприятий является очень актуальной, относительно чего можно сделать предметный вывод, что путь к достижению осуществления эффективной оценки объективных возможностей в части их формирования и благополучного развития лежит в организации надлежащего уровня развития данного сегмента (сектора) экономической и хозяйственной деятельности на национальном и транснациональном уровне, что позволит вывести уровень экономики государства и его корпораций на качественно новый прогрессивный и динамичный уровень.

### **Список использованных источников**

1. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/407/54710-4.php> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

2. Викторов Н. Венчурный бизнес – оправданный риск / Н. Викторов – М.: «Автор», 2015. – 345 с.

3. Венчурные предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-151112> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

## **СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Экономическая эффективность – сложная категория экономической науки. Она пронизывает все сферы практической деятельности человека, все стадии общественного производства, является основой построения количественных критериев ценности принимаемых решений. Такие наиболее существенные характеристики хозяйственной деятельности, как целостность, многомерность, динамичность и взаимосвязанность её различных сторон, находят отражение через показатели экономической эффективности [1].

Система показателей эффективности производства:

1. Обобщающие показатели: производство чистой продукции на единицу затрат ресурсов; прибыль на единицу общих затрат; рентабельность производства; затраты на 1 рубль товарной продукции; доля прироста продукции за счет интенсификации производства; народнохозяйственный эффект использования единицы продукции;

2. Показатели эффективности использования труда (персонала): темп роста производительности труда; доля прироста продукции за счет увеличения производительности труда; абсолютное и относительное высвобождение работников; коэффициент использования полезного фонда рабочего времени; трудоемкость единицы продукции; зарплатоемкость единицы продукции.

3. Показатели эффективности использования производственных фондов: общая фондоотдача; фондоотдача активной части основных фондов; рентабельность основных фондов; фондоемкость единицы продукции; материалоемкость единицы продукции; коэффициент использования важнейших видов сырья и материалов;

4. Показатели эффективности использования финансовых средств: оборачиваемость оборотных средств; рентабельность оборотных средств; относительное высвобождение оборотных средств; удельные капитальные вложения (на единицу прироста мощности или продукции); рентабельность капитальных вложений; срок окупаемости капитальных вложений и др.

Эффективность производства имеет многоаспектный характер. Политико-экономическое исследование сущности и форм проявления

эффективности производства предполагает учёт самых разнообразных признаков и форм проявления эффективности.

На уровне предприятия система показателей общей экономической эффективности включает показатели, как по видам используемых ресурсов, так и оценочные.

Система показателей эффективности процессов и предприятия должна учитывать три основных потока информации:

- информация о качестве продукции или услуги, о степени соответствия требованиям клиента, стабильности и воспроизводимости параметров продукта;

- информация о качестве процесса, его эффективности и ресурсоемкости, стабильности и воспроизводимости параметров процесса;

- информация о степени удовлетворенности клиента, возможности и выполнимости предвидимых потребностей клиента [2, с. 479].

Уровень экономической эффективности в промышленности зависит от многообразия взаимосвязанных факторов. Для каждой отрасли промышленности вследствие её технико-экономических особенностей характерны специфические факторы эффективности.

Рост эффективности производства – это не случайный, а закономерный, устойчивый, повторяющийся и причинно обусловленный процесс, действующий объективно. При этом необходимо заметить, что чем цивилизованнее общество, тем важнее становится повышение эффективности производства, так как возрастает потребность и понимание необходимости экономии общественных затрат чрезвычайно возросшего производства; целью производства становится удовлетворение потребностей всех членов общества, и при этом приоритет отдается не материальному, а социальному результату. Все это позволяет говорить, что повышение эффективности общественного производства приобретает черты экономического закона, который можно сформулировать как закон повышающейся эффективности производства. Закон повышающейся эффективности производства – это закон - тенденция, поскольку росту эффективности совокупного общественного труда нередко препятствуют противодействующие факторы. Наибольший прирост эффективности производства достигается при интенсивном типе расширенного воспроизводства, который характерен для современного этапа развития общества и экономики развитых стран [3, с. 125].

Из выше изложенного можно сделать вывод, что в современных условиях повышения эффективности производства можно достичь преимущественно за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции. Экономическая эффективность – одно из наиболее общих и обобщающих понятий экономики, которое носит выражение в

результативности использования факторов производства, их экономии и выгодной комбинации на основе рационального выбора, целью которого является увеличение прибыли, рост производства и максимизация удовлетворения потребностей всех членов общества.

### **Список использованных источников**

1. Система показателей экономической эффективности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/120669/2> (Дата обращения: 10.03.2017). – Название с экрана.
2. Волков В.П. Экономика предприятия / В.П. Волков [и др.]; под ред. А.И. Ильина, В.П. Волкова. – М.: Новое знание, 2003. – 677 с.
3. Когденко В.Г. Экономический анализ / В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 392 с.

**Канашонак Дмитрий Олегович**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Одной из проблем, которая возникает перед любым предприятием, является проблема обеспеченности непрерывности развития. Мы живем в сложном и стремительно меняющемся мире бизнеса, на который влияет огромное количество переменных факторов. Руководителям, действующих в этих обстоятельствах, необходимы методы и инструменты управления, предназначенные для условий общего хаоса и непредсказуемости внешней деловой среды. В таких условиях эффективное развитие предприятия без наличия четкой стратегии развития практически невозможно. При этом в процессе управления необходимо разрабатывать стратегию развития и вносить в нее корректировки гораздо быстрее, чем это было несколько десятков лет назад, а вероятность прогнозов, на которых основываются стратегические решения, должна увеличиваться. В таких условиях необходимо совершенствование методов и механизмов формирования стратегии предприятия.

Процесса формирования стратегии развития предприятия посвящено много исследований и работ таких учёных как К. Прахалад, Г. Хамел [3], И. Ансофф [2], а также таких современных авторов как



Аванесова Н.Е. [1], которые в своих работах отражают решения вопросов формирования стратегического развития предприятия в условиях изменений внешней и внутренней среды.

Целью данного исследования является обоснование формирования стратегии развития предприятия.

Стратегия – это тщательно разработанная программа мероприятий, которые должны быть реализованы предприятием с целью достижения выгодной конкурентной позиции на рынке и адаптации к воздействию внешней среды.

Определение «стратегии как результата» связано с отождествлением цели и стратегии и обусловлено необходимостью установления конкретных ориентиров для осуществления стратегической деятельности [4, с. 125].

Чаще стратегию отождествляют с позицией на рынках, с мерами, которые позволяют укрепить конкурентную позицию и увеличить долю на «своих рынках», вести борьбу за завоевание новых рынков и т.п. Под широким определением стратегия – это конкретизирована в определенных показателях позиция в среде, которую занимает предприятие, это своеобразный взгляд на внутреннюю и внешнюю среду и попытка найти пути эффективного приспособления к внешним, неконтролируемым фирмой факторам посредством проведения необходимых изменений элементов и их комбинаций внутренней среды.

Внутренние конкурентные преимущества не является целью стратегии, а больше основой её формирования. Вот почему стратегия, прежде всего, ориентирована на достижение внешних конкурентных преимуществ, а основывается на имеющихся внутренних преимуществах организации, так и в результате позволяет ему занимать выгодные конкурентные позиции на рынке в целом или в отдельном его сегменте.

На основе обзора литературы напрашивается вывод, о том, что стратегия развития – это комплекс мероприятий, который основан на конкурентных преимуществах внедряемых предприятием с целью завоевания и удержания выгодной конкурентной позиции, которые нейтрализуют влияние внешних сил (санкций).

Ключевым элементом сущности стратегии развития предприятий является конкурентное преимущество, то есть – основной элемент, на основе которого должна быть сформирована стратегия. Конкурентные преимущества не должны противоречить стратегии, причем они должны постоянно совершенствоваться, а также создаваться новые виды.

Выгодная конкурентная позиция – это результат успешно достигнутой цели стратегии. Каждая цель, на достижение которой ориентирована конкурентная стратегия, трансформируется, как прави-

ло, в новую конкурентную позицию, и таким образом, конкурентная стратегия это циклический, многоэтапный процесс.

Таким образом, стратегия развития предприятий является важной и неотъемлемой частью нынешних рыночных отношений, которая позволяет их участникам завоевать новое рыночное пространство, и избежать прямого негативного влияния.

Исходя из вышесказанного мы считаем что руководителям, действующих в обстоятельствах быстрого изменения среды, необходимые методы и инструменты управления, предназначенные для условий общего хаоса, непредсказуемости внешней деловой среды. Они должны профессионально рассматривать все факторы, которые влияют на развитие предприятия, уметь делать определенные выводы и на основе этого правильно выбирать стратегию развития предприятия. В современной среде предприятие без ясной и эффективной стратегии развития – это не бизнес, а набор активов, отягощенных обязательствами. Для того чтобы не только выжить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием систематически и на профессиональном уровне.

### **Список использованных источников**

1. Аванесова Н.Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія / Н.Е. Аванесова, О.В. Марченко; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. – Харків: Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с.

2. Ансофф. И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ. – М: Экономика, 1989. – 519 с.

3. Хамел Г. Конкурируя за будущее / Г. Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Бизнес-олимп. – 2014. – 288 с.

**Каралкина Дарья Юрьевна**

**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**

**имени Тараса Шевченко»**

### **СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА ДОНБАССА**

Занятость населения наравне с уровнем цен и экономическим ростом – важнейшая и в то же время сложная и противоречивая макроэкономическая категория.

Переход трудоспособных лиц из одной категории в другую изменяет пропорции рынка труда, создавая избыток или дефицит рабочей силы.

Что касается анализа рынка труда Донбасса, то вследствие последних событий, а именно прохождение военных действий на этих территориях, данные занятости и безработицы 2012–2013 гг. существенно отличаются от данных за 2014–2016 годы.

По данным Государственной службы статистики Украины по Луганской области, в среднем за 2013 год численность занятого населения в возрасте 15–70 лет, по сравнению с 2012 годом, увеличилось на 3,1 тыс. человек и составила 1011,7 тыс. человек. Уровень занятости населения вырос с 58,5% в 2012 году до 59,4% в 2013 году. Численность безработных в среднем за 2013 уменьшилась на 2,2 тыс. человек и составила 66,3 тыс. человек [1].

Уровень безработицы населения в возрасте 15–70 лет, определенный по методологии Международной организации труда (МОТ), снизился с 6,4% до 6,2% экономически активного населения [5].

За 2013 год в банке данных областной службы занятости насчитывалось 25,4 тыс. вакансий от 5,5 тыс. работодателей. По направлению службы занятости укомплектованы 19,4 тыс. вакансий (76,3% от общего количества). На начало ноября 2013 актуальными были 1,8 тыс. вакансий, на каждую из которых претендовало 6 безработных (прошлогодний показатель – 7 человек).

По направлению службы занятости в течение десяти месяцев работу получили 20,1 тыс. граждан – на 13,7% больше, чем в январе-октябре прошлого года, из них 644 человека – путем одноразовой выплаты помощи по безработице для организации предпринимательской деятельности и 223 человека – путем компенсации единого социального взноса работодателям.

**Таблица 1 – Динамика доли занятых трудоспособного возраста в 2008–2014 годах, % от общей численности занятых в возрасте 15–70 лет**

Регион	Годы					Изменение доли, % пункт
	2008	2010	2011	2013	2014	
Донецкая область	93,4	92,5	93,1	94,3	96,9	3,5
Луганская область	92,9	91,7	91,9	91,8	95,8	2,9

Положительная динамика доли занятых в Донбасском экономическом регионе в периоде от 2008 до 2014 годов обусловлена рядом факторов. Основной из них – это развитие и рост промышленных предприятий в данном регионе, обеспечивающих рабочими местами молодых квалифицированных специалистов по месту жительства, а также предоставление широкого выбора рабочих специальностей.

И если в Луганской области даже до начала кризиса офисные работники и руководители были не главными участниками рынка труда, то для более развитого Донецка подобное падение оказалось ощутимее. В то же время, констатировать серьёзное сокращение рынка рабочей силы ДНР и ЛНР не стоит. Так, по состоянию на январь 2015 года, актуальными в ДНР и области остаются около 200 вакансий, в то время как в Луганске – до 50 вакансий. В самом Донецке предлагают около 100 вакансий. В то же время, важно отметить, что часть из них – это так называемая «вербовка» специалистов: размещая вакансии в конкретном регионе, работодатель в тексте объявления указывает необходимость переезда в другой регион.

Обзор внешних факторов Донецкой Народной Республики (ДНР) показывает, что ситуация казалась оптимистичной в первом квартале, пессимистичной во втором и несколько ухудшилась в третьем. Усиление военных действий привело к падению количества вакансий практически на две трети. Тем не менее, количество резюме сократилось примерно на треть от довоенного уровня заявок – это свидетельство духа оптимизма людей, который объективно обусловлен потенциальными мощностями экономики Донбасса как экономического региона.

### **Список использованных источников**

1. Главное управление статистики в Луганской области [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://donetskstat.gov.ua> (Дата обращения: 07.03.2017).

2. Ковальчук А.А. Как сказались на рынке труда девальвация и миграция с Донбасса / А.А. Ковальчук / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.ua> (Дата обращения: 10.03.2017).

3. Кодекс законов о труде Украины [Электронный ресурс]: Действующее законодательство (с изменениями дополн. на 01 сен. 2013). – Киев, 2013. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua> (Дата обращения: 09.03.2017).

4. Об охране труда населения [Электронный ресурс]: Закон Украины от 14.10.1992, №2695–ХІІ. – Киев, 2012. – Режим доступа: <http://www.rada.gov.ua> (Дата обращения: 10.03.2017).

5. Официальный сайт Государственной службы занятости Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dcz.gov.ua> (Дата обращения: 10.03.2017).

6. Попов В.Ю. Исследование рынка труда Украины // Статистика Украины. – 2011. – №4. – С. 39–45.

7. Сломан Дж. Экономикс. Экспресс-курс / Дж. Сломан, М. Сатклифф; пер. с англ. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 608 с.

8. Перов Г.О. Трудовые ресурсы угледобывающего региона: особенности проблем самозанятости / Г.О. Перов // Управленец, 2010. – №11–12. – С. 58–62.

**Косачёва Юлия Романовна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ПОНЯТИЕ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА**

Венчурный бизнес (от англ. *venture* – рискованный) – рискованный научно-технический или технологический бизнес. Венчурный бизнес является производным от науки, фундаментальной и прикладной, и появился на свет как требование экономического развития в качестве недостающего звена между наукой и производством.

Сформировался он впервые в современном виде в Кремниевой долине в США, и оттуда постепенно распространился с национальными отличиями по всем развитым и крупным развивающимся странам (Китай, Индия, Бразилия и другие).

Венчурный бизнес (кратко – венчур) имеет особое значение в процессах создания эффективной и конкурентоспособной современной экономики.

Венчурный бизнес начал формироваться правительством в США в 1950-х годах. Государство начало осуществлять льготное кредитование малого бизнеса. В случае одобрения со стороны SBA какого-либо проекта государство предоставляло льготный кредит под него.

Особенностью венчурного бизнеса является очень высокий интеллектуальный и профессиональный уровень венчурных предпринимателей и менеджеров. Подобных профессионалов чрезвычайно сложно вырастить. Их знания и опыт лежат на пересечении фундаментальной и прикладной наук, инновационного менеджмента, знаний высокотехнологичных производств. Поэтому программы и проекты создания национального венчурного бизнеса должны быть

комплексными и системными, решающими задачи полноценного финансирования, подготовки специалистов, создания инфраструктуры, системы безопасности [1].

Для развития венчурного бизнеса в любой стране, необходимы следующие условия:

- 1) благоприятная экономическая ситуация в стране;
  - 2) благоприятный законодательный и налоговый режим, направленный на всемерное поощрение развития малой предпринимательской деятельности;
  - 3) востребованность инноваций промышленностью и покупателями новых технологий, продуктов и услуг;
  - 4) развитая банковская система и система венчурных фондов;
  - 5) наличие венчурных капиталистов, готовых и желающих инвестировать в рисковые, ранние стадии создания и реализации научно-технических проектов;
- б) достаточно высокий уровень научного потенциала в стране (наличие новых идей, новых технологий, ноу-хау).

Венчурный бизнес действует по истинно рыночному принципу: либо успешная деятельность, либо банкротство. Эффективное функционирование венчурного бизнеса невозможно без свободы предпринимательства, высокой инициативности общества, развитости кредитно-денежных отношений. Обычно малые и средние предприятия по наличию капитала уступают крупным по размеру капитала, по технической оснащённости и менеджменту. Однако они содействуют развитию конкуренции и свободного предпринимательства, являясь основными источниками инновации, производят товары, нерентабельные для крупных предприятий [2].

Венчурное предприятие – компания, связанная (либо являющаяся объектом инвестирования) сначала с венчурным капиталом и являющаяся собой деловое сотрудничество владельцев компании с обладателями такового капитала в реализации планов с высокой степенью риска для получения значимого (выше среднего на рынке) заработка.

Для становления небольшого бизнеса в инноваторской сфере нужны вложения. Вновь создаваемые предприятия, специализирующиеся на инноваторских работах, финансируются за счёт собственного капитала, так как банковские кредиты им, по большому счёту, не доступны [3].

У венчурного предприятия, необходимо выделить несколько стадий становления:

Предпосевная стадия. Относительно малое количество денежных средств, предоставляемых изобретателю или предпринимателю для

обоснования своей концепции потенциальной доходности бизнеса, который находится в стадии разработки.

Посевная стадия. Финансирование предоставляется вновь созданным компаниям для завершения разработки продукта и проведения первоначального маркетингового исследования.

Промежуточное финансирование (поздняя стадия или стадия расширения). Компания находится в фазе зрелости, приносит прибыль, продолжает стремиться к расширению и готовится в течение ближайших 6–12 месяцев стать «публичной» т. е. впервые эмитировать свои акции на фондовом рынке [4].

Венчурный бизнес – это рискованный бизнес. Суть такого сектора экономики заключается в следующем: учредители малого предприятия либо энтузиасты-учредители имеют очень интересную, заманчивую идею, осуществление которой позволит получать значительные прибыли, однако предприятие не располагает средствами для её реализации. Тогда разработчики находят либо юридическое, либо физическое лицо, которое обладает средствами для реализации этого проекта. Обычно при рисковом бизнесе это занимает не более 9 месяцев вместо двух лет.

#### **Список использованных источников**

1. Редюшев А.А. Венчурный капитал и венчурный бизнес / А.А. Редюшев // Проблемы современной экономики, 2004. – №3. С. 73–76.

2. Плотников А.Н. Перспективы венчурного инвестирования инновационной деятельности / А.Н. Плотников // Финансы. – 2003. – №5. – С. 15–17.

3. Обозрение по венчурному капиталу в Европе Европейской ассоциации венчурного капитал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [awww.evca.com](http://awww.evca.com) (Дата обращения: 10.03.2017). – Название с экрана.

4. Галицкий А. Российский венчурный бизнес. Состояние, проблемы, перспективы / А. Галицкий // Рынок ценных бумаг, 2005. – №22. – С. 25–27.

## **ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ВИДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

В современных условиях одним из необходимых инструментов обеспечивающих стратегическое управление для повышения рыночной стоимости компании является концепция сбалансированной системы показателей, позволяющая обеспечить увязку стратегических целей компании с её оперативным управлением.

Концепцию сбалансированной системы показателей предложил Дейвид Нортон – известный исследователь, консультант и лектор в сфере управления стратегической эффективностью предприятия, работающий совместно с Робертом Капланом.

Цель исследования – рассмотреть эффективность применения данного подхода в процессе управления предприятиями.

Сбалансированная система показателей (далее – ССП) – система управления, позволяющая переводить миссию и общую стратегию компании в чёткий план оперативной деятельности подразделений и сотрудников, и оценивать результаты их деятельности с точки зрения реализации стратегии с помощью конкретных ключевых показателей эффективности.

Предпосылкой для этого явилось возрастающее значение доли нематериальных активов при оценке эффективности бизнеса. С помощью ССП компании могут количественно оценить свои важнейшие нематериальные активы (авуары) – персонал, корпоративную информацию, культуру.

ССП позволяет менеджерам избежать разрыва между стратегическими целями компании и оперативным управлением. Также ССП обеспечивает чёткое понимание того, как отдельные подразделения, службы и сотрудники влияют на достижение поставленных перед компанией общих целей, и даёт возможность своевременно скорректировать их деятельность, направляя компанию в требуемое русло на выполнение чётко сформулированной стратегии.

Преимущество использования ССП состоит в том, что предприятие, внедрившее эту систему, получает в результате «систему координат» действий в соответствии со стратегией на любых уровнях управления.



Управление на основе сбалансированных показателей может быть двух видов:

- 1) стратегическое планирование;
- 2) управление посредством выбора стратегических позиций [1].

Стратегическое управление на основе гибких экстренных решений подразделяется на следующие виды управления:

- 1) управление путём ранжирования стратегических задач;
- 2) управление в условиях слабых сигналов;
- 3) управление в условиях стратегических неожиданностей [2].

Выбор того или иного вида управления зависит от уровня нестабильности внешней среды и от количества времени, отведенного компании для принятия решения. Каждый вид управления применяется при конкретном уровне нестабильности.

По сути, выбор метода стратегического управления осуществляется в зависимости от уровня нестабильности. Всё развитие стратегического управления шло по пути усложнения методов управления, которые должны были учитывать происходящие изменения и всё более высокий уровень нестабильности, который требовал более эффективного управления [3].

Таким образом, нами определено, что каждый вид стратегического управления целесообразно применять при определенном значении уровня нестабильности, который существует вокруг конкретной компании. Концепция сбалансированной системы показателей, позволяет выделить наиболее важные направления развития бизнеса и способствует распространению общей схемы управления стратегическим развитием на ключевые уровни иерархии управления.

### **Список использованных источников**

1. Каралкин М.В. Методы стратегического управления на основе сбалансированной системы показателей / М.В. Каралкин // Российское предпринимательство, 2011. – №5–1 (183). – С. 108–113.
2. Андреева А.А. Система показателей оценки сбалансированности бюджетного процесса на предприятии / А.А. Андреева // Российское предпринимательство, 2012. – №4 (202). – С. 80–85.
3. Михайлова Д.С. Сбалансированная система показателей как необходимый элемент стратегического менеджмента / Д.С. Михайлова // Креативная экономика, 2011. – №11 (59). – С. 56–60.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

В современных условиях с развитием экономических, политических, коммерческих общественных отношений, большинство организаций столкнулись с множеством проблем. Для того чтобы организация могла существовать и полноценно развиваться в среде, предъявляющую высокие требования, возникает острая необходимость не только уточнить деятельную функцию персонала, но и придать системе управления персоналом новые свойства и качества, обеспечивающие эффективную работу предприятий [3].

В любой отрасли или сфере деятельности одним из главных факторов коммерческого успеха является конкурентоспособность. На сегодняшний день конкурентоспособность предприятия, наравне с технологиями и способами организации производства, определяет обеспеченность предприятия высококвалифицированным человеческим ресурсом, степень мотивации персонала, а также организационные структуры и формы работы, которые позволяют достичь высокого уровня эффективной деятельности [2].

Организация деятельности персонала предприятий становится эффективной при системном управлении, включающем диагностику процессов, методов и процедур управленческого воздействия, определение мотивационного механизма включения в производственно-экономическую деятельность предприятия и построение системы взаимодействия различных групп работников для реализации целей и задач функционирования предприятий [3].

Актуальность управления персоналом подчеркивает тот факт, что 20–30% роста производительности труда, обеспечиваемых более продуктивной работой персонала, в жесткой конкурентной борьбе могут подчас оказаться решающими для выживания предприятия, завоевания и удержания рынков сбыта, успешного бизнеса. А для того чтобы успешно управлять персоналом, необходимо четко представлять основные механизмы и закономерности, по которым осуществляется работа с персоналом, на что стоит обратить особое внимание, иными словами, руководителю необходимо знать современные технологии управления персоналом [1].

Выбор технологии управления персоналом производится с учётом таких значимых факторов как характер организационной структуры компании, стиль деятельности, стратегия и кадровая политика, срок существования и форма собственности организации.

Эффективность современных технологий во многом зависит от субъекта управления. Профессионализм и компетентность специалистов службы HR, в зоне ответственности которых находится кадровый менеджмент, определяет выбор той или иной технологии. В оптимальном случае субъекты представлены достаточно широко и обладают высоким уровнем профессиональных компетенций. Оптимальное решение редко ограничивается выбором одной методики. Наибольшую эффективность на практике показывает совокупность различных технологий: от проверенных временем до самых смелых современных методик [4].

Делая выводы из вышеизложенного, можно с уверенностью сказать, что управление персоналом является главной составляющей в обеспечении развития и конкурентоспособности организации. На сегодняшний день персонал нужно рассматривать как важный стратегический ресурс организации, в который нужно вкладывать капитал, именно он повышает производительность труда и обеспечивает результативную деятельность предприятия в рыночной экономике.

#### **Список использованных источников**

1. Дейнека А.В. Управление персоналом: учебник / А.В. Дейнека. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. – 292 с.
2. Основы экономики общественного сектора: учебное пособие / Л.И. Сланченко, О.Н. Валькович; М-во образования и науки Российской Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2012. – 109 с. : ил.; 21 см.; ISBN 978–5–91221–128–7.
3. Потемкин В.К. Управление персоналом: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 432 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
4. Электронный журнал «Директор по персоналу». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-director.ru> (Дата обращения: 10.03.2017).

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

На современном этапе экономического развития конкурентоспособность является важным элементом в экономике многих стран мира. В настоящее время в условиях рынка невозможно добиться стабильного успеха в предпринимательстве, если не рассчитать эффективность его развития, не накапливать постоянно сведения о собственных перспективах и способностях, о состоянии рынков, не оценивать место конкурентов на них и не проводит анализ конкурентоспособности своего предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это способность противостоять на рынке изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной потребности потребителей, так и эффективности производственной, маркетинговой и финансовой деятельности [1].

Американский экономист Майкл Портер в своей теории конкурентных преимуществ рассматривает два главных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в издержках – это конкурентоспособность, возникающая благодаря более низким производственным и маркетинговым расходам по сравнению с конкурентами. Это позволяет предприятию снизить цены на выпускаемую продукцию или сэкономить на рекламе и распределении. Преимущества в маркетинге – это конкурентоспособность товаров и услуг, которые удовлетворяют покупателей больше, чем товары конкурентов [2].

На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние ряд факторов [3]:

1. Динамика масштабов долгосрочного спроса. Увеличение или уменьшение долгосрочного спроса является важным фактором при принятии решений по инвестированию для увеличения производительной мощности предприятия. Подъем долгосрочного спроса привлекает новые предприятия на рынок, а падение спроса наоборот вызывает отток предприятий; динамика структуры спроса. Эти изменения представляют собой причину изменения требований потребителя к сервису, создание новых каналов сбыта, изменение в ассортименте нового товара, обновление продукта отрасли является ключевой движущей

силой – влияет на методы производства, эффективные масштабы выпуска, маркетинговые затраты, каналы распределения.

2. Технологические инновации. Частые технологические новшества в методах производства, размер инвестиций позволяют увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара. Это может вызывать существенные изменения в требованиях к размеру и количеству предприятий, успешно действующих на рынке.

3. Маркетинговые инновации. Периодически фирмы предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции. Таким образом, они приводят в движение новые силы, которые изменяют условия конкуренции и позиции фирм соперников.

4. Динамика лидерства. Означает вход в конкуренцию и вход из нее крупных фирм. То есть новый раунд конкурентной борьбы: перераспределение ролей и выделение новых ключевых игроков, изменение структуры рынка.

5. Диффузия достижений. Если новая технология становится известной соперникам, поставщикам, дистрибьюторам, потребителям, то снижаются барьеры для вхождения в отрасль и т.д.

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

1. Постоянное использование нововведений.
2. Поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара.
3. Выпуск продукции такого качества, которое бы отвечало государственным и мировым стандартам.
4. Сбыт товаров в те сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию
5. Использование только высококачественного сырья и материалов.
6. Постоянное обучение и переподготовка кадров.
7. Повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда.
8. Проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей.
9. Анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон.
10. Использование наиболее эффективных рекламных мероприятий.
11. Регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий и т.д.

Исходя из вышесказанного следует отметить, что устойчивое повышение конкурентоспособности предприятия может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех факторов конкурентоспособности.

### **Список использованных источников**

1. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А.Н. Захаров, А.А. Зокин // Бизнес и банки, 2013. – №1–2. – С. 15–24.

2. Портер М. Конкуренция: учебник / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. – 608 с.

3. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». – 2011. – 160 с.

**Лагуткина Юлия Анатольевна**

**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**

**имени Тараса Шевченко»**

### **ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Управление малыми предприятиями имеет свои особенности, которые связаны с малым масштабом деятельности, что обуславливает несовершенство организационной структуры и отсутствие четкого разделения труда. Системам управления малых предприятий характерны гибкая организационная структура, временное закрепление заданий и работ за исполнителями, преимущество горизонтальных связей, минимальное использование формальных правил и процедур, готовность к изменениям, групповая динамика, самоконтроль и контроль со стороны коллег.

Свои особенности на малом предприятии имеет мотивация, поскольку, как правило, на таких предприятиях работают люди творческие и инициативные. Это допущение Ю. Бусек основывал на исследованиях Д. Мак-Клеланда, который считал, что люди острее всего чувствуют три потребности – власти, успехов, причастности [2].

Спецификой коммуникаций, одной из немаловажных особенностей на малых предприятиях, является преимущество устного вербального общения, при этом процесс передачи информации через упрощённую иерархию отношений проходит быстрее [1].

На большинстве малых предприятий отсутствует плановый отдел, функцию планирования исполняет руководитель, поэтому зачастую планы документально не отображаются. Это приводит к негативным последствиям: во-первых, для достижения успеха каждый работник должен иметь чёткое представление о целях предприятия и про свой личный вклад в их достижение. Во-вторых, руководитель не имеет возможности эффективно использовать другие функции управления.

Особенности развития предприятий малого бизнеса отражены в этапах его развития на рис. 1.

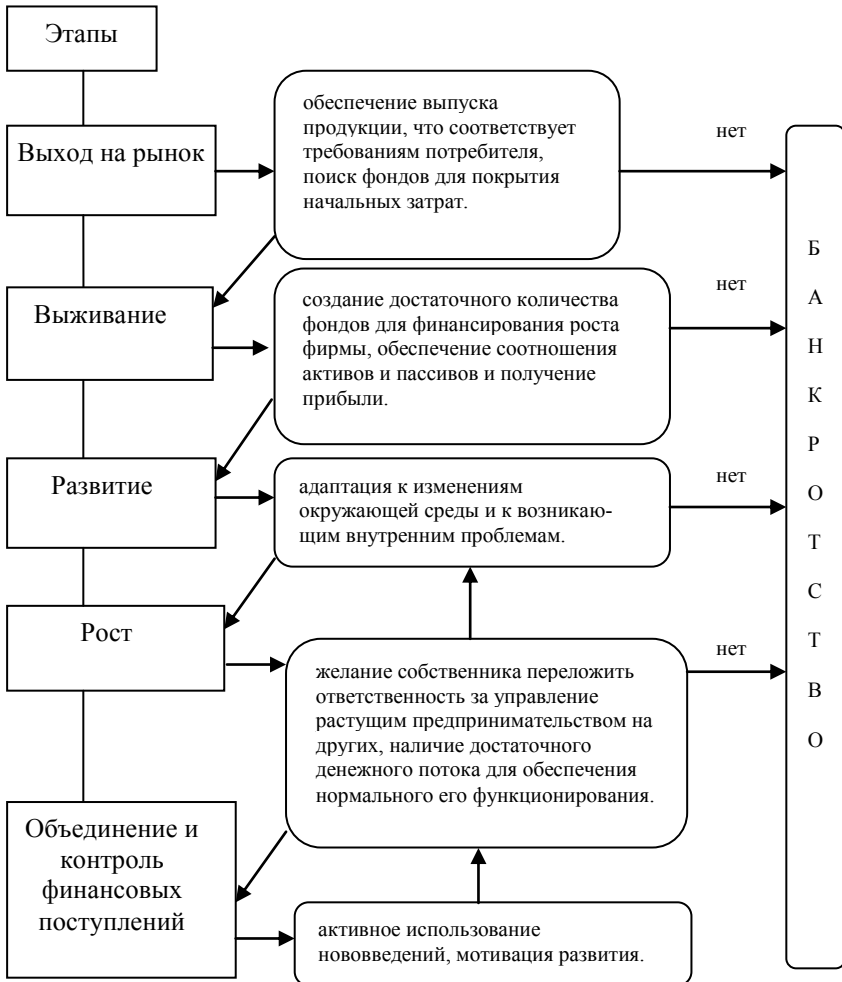


Рисунок 1 – Этапы развития малого предприятия

Анализируя рис. 1 можно сделать вывод, что все этапы развития предприятия малого бизнеса между собой тесно взаимосвязаны. В случае, если один из этапов «разрушается», то это приводит к банкротству предприятия.

Таким образом, особенности системы управления предприятием малого бизнеса определяются особенностями малых предприятий, а именно: их размером, небольшим количеством персонала, не сильно разветвленной сферой деятельности и др. Все это обуславливает наличие таких особенностей системы управления, как гибкая организационная структура, минимальное использование формальных правил и процедур, готовность к изменениям, групповая динамика, самоконтроль и контроль со стороны коллег. Этапы развития малого предприятия также имеют свои особенности, а именно: большую роль играет выживание предприятия после его образования, адаптация предприятия к изменяющимся условиям внешней среды, развитие и рост в условиях жесткой конкуренции. Система управления малым предприятием для его успешного развития и роста должна быть очень гибкой, адаптивной и готовой к изменениям.

#### **Список использованных источников**

1. Рымарь Н.В. Роль предприятий малого бизнеса в условиях трансформации экономики / М.В. Рымарь, Л.С. Герасим // Научный вестник: Зб. наук.-техн. трудов. – Львов: УкрДЛТУ. – 2013 – №13. – С. 56–59.

2. Липчук В.В. Праксиологические основы управления малым предприятием в современных условиях / В.В. Липчук, С.В. Коробка // Экономические науки. Серия «Экономика и менеджмент»: Сборник научных трудов. Луцкий национальный технический университет, 2010. – Выпуск 7 (26). – Часть 2. – С. 145–149.

**Литвинова Валентина Валериевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

#### **УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Переход на рыночную систему хозяйства требует полное использование экономических ресурсов, которые должны повышать уровень и качество жизни предприятий. При переходе на рыночную



модель хозяйства предприятий столкнулись с несоответствием технологического, организационного и производственного потенциала предприятий и самое главное спроса на основных групп покупателей на рынке. Для того, что бы отечественные предприятий стали эффективными субъектами рыночной экономики, то было просто необходимо вводить новые усовершенствования структуры организации управления предприятий [1].

Такие несоответствия привели к тому, что на предприятиях произошел процесс реструктуризации, что привело к изменениям организационной структуры предприятий.

Отсутствие за годы рыночных механизмов инновационной политике в государствах и эффективной системы управления предприятий лиши в свое время экономику предприятий стабильного экономического роста. За все это время появилась вынужденная необходимость в разработке четкой концепции организации управления, но уже как самостоятельной области научного знания и методологической основы практического воплощения [1].

Что бы эта четкая концепция работала, необходимо правильно управлять структурой предприятия, при этом равномерно распределять цели и задачи между сотрудниками предприятий, потому, что главной составляющей организационной структуры управления подсистем организации.

Для усовершенствования организационной структуры управления предприятий необходимо учитывать такие факторы [2]:

1) структура и масштаб организации (структура определяет тип предприятия: функциональное, дивизиональное и так далее, а масштаб нам показывает будет ли предприятие и его структура «высоким» или «плоским»);

2) технологические факторы (автоматизация предприятия);

3) человеческий фактор (социальная структура персонала);

4) экономический фактор (сформированность органов отправления для снижения затрат);

5) естественный фактор (территориальное положение предприятий).

Совершенствование этих факторов дает возможность выйти предприятиям на новый уровень на мировом экономическом рынке. На реально практике организационного проектирования оценка эффективности необходима как для действующей организационной структуры, так и для сравнения различных вариантов её совершенствования [3].

При реализации мероприятий по совершенствованию организационной структуры предприятия, будет рост чистой прибыли,

рентабельности, производительности труда предприятия. Таким образом, все это приведет к социальной эффективности усовершенствования факторов для развития предприятия, люди будут заняты, произойдет рост средней заработной платы, а следовательно и значимость каждого работника. Все это приведет к заинтересованности работника, он будет активно помогать предприятию с профессиональным развитием, а предприятие в свою очередь, будет развивать, обучать и повышать квалификацию своих сотрудников при этом получая прибыль в предприятии.

### **Список использованных источников**

1. Борушко Н.В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н.В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
2. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебник для студентов / О.А. Кобелев. – Москва: Дашков и К, 2011. – 682 с.
3. Липсиц И.В. Основы маркетинга: учебник / И.В. Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.

**Матвиенко Виктория Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Для Украины и России внедрение инноваций в производство не ново. Во времена Советского Союза этим занималось государство. Инноваторов награждали, выдавали премии, окружали почетом.

С обретением независимости в обеих странах, как известно, наступил экономический кризис, и государство не могло претворять разработки в жизнь. Люди, у которых были новые идеи, теперь должны заниматься не просто реализацией проекта, но его коммерциализацией, т. е. должны доказать, что этот проект может существовать в условиях рынка и приносить прибыль. Естественно, прибыльную нишу, которую покинуло государство, занял частный и иностранный капитал. И в Украине, и в России на данный момент есть определенный рынок венчурного капитала. Но масштабы рынков разнятся. Это сказывается и в объемах рынка, и в государственной поддержке, в реализации нормативной базы. У России на данный момент игроки венчурного рынка более активны [1].

Важные факторы, определяющие эффективность работы: высокий коммерческий потенциал разработок, осуществляемых малыми инновационными производственно-технологическими компаниями; наличие профессиональных менеджеров, оценивших перспективу развития данного направления и выступающих связующим звеном между капиталом и его конкретным использованием, существование значительного депонированного капитала институциональных инвесторов; развитый рынок ценных бумаг, позволяющий реализовать финансовые технологии выхода из инвестиций; высокая емкость и платежеспособность потребительских рынков продукции компаний с венчурным капиталом.

В Украине уже образовалась критическая масса инноваторов с нереализованными (из-за нехватки финансов) идеями. По данным Государственного департамента интеллектуальной собственности, ежегодно в стране выдается 15–20 тыс. патентов, но применение на рынке находит не более одного процента инноваций [2].

Постепенно увеличивается и количество инвесторов и профессиональных менеджеров. А вот с рынком ценных бумаг и платежеспособностью потребителей пока проблема.

Отсутствие в Украине развитого фондового рынка может сыграть с венчурными фондами злую шутку, поскольку на сегодняшний день рынок не может обеспечить им эффективного выхода из инвестируемых компаний путем продажи пакетов акций на бирже. Подобная ситуация характерна не только для Украины, но и для других развивающихся рынков венчурного капитала.

Украине необходимо внести изменения в политику стимулирования инновационных процессов. Нынешние схемы регулирования лишь усугубляют ситуацию. В частности, законодательство в области научно-технической и инновационной деятельности не согласовано с финансовым законодательством, поэтому на практике не предусматривает стимулирования бизнес-ангелов налоговыми и прочими льготами. Такие понятия, как инвестиционное соглашение или выход инвестора из проекта, вообще не прописаны. Более того, своими действиями государство оказывает частному капиталу медвежью услугу. Пытаясь затормозить отток ценной научно-технической информации за границу, Верховна Рада Украины приняла Закон «О государственном регулировании деятельности в сфере трансфера технологий». Он закрепляет проведение государственной экспертизы инновационных проектов, созданных в государственных НИИ и научно-производственных предприятиях. В результате разработка заносится (либо не заносится) в Государственный реестр инновационных проектов. В то же время технологическим брокерам (лицам, профессионально занимающимся

трансфером технологий) теперь необходимо проходить государственную аккредитацию. То есть вместо того, чтобы облегчить регуляторные барьеры, правительство создало еще несколько надстроек. Такими действиями государство вообще может похоронить идею трансфера технологий, как уже была искажена концепция технопарков [3].

Еще одной формой государственной поддержки может стать создание специальных фондов, используя ресурсы которых государство получает долю в частных венчурных фондах. Демонстрируя таким образом готовность делить риски с инвесторами, государство подтверждает свою политику в отношении этого бизнеса. В Украине на уровне Кабинета Министров рассматривается вопрос создания при поддержке государства венчурного фонда, ориентированного на инвестирование инновационных проектов в высокотехнологических секторах экономики.

### **Список использованных источников**

1. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/407/54710-4.php> (Дата обращения: 10.03.2017) - Название с экрана.
2. Блэйк Р.Р. Научные методы управления / Р.Р. Блэйк, Д.С. Мутон [пер. с англ. И. Ющенко]. – К.: Высшая школа, 2013. – 274 с.
3. Минцберг Генри Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру / Генри Минцберг; пер. с англ. О.И. Медведь. – М.: ЭКСМО, 2009. – 463 с.

**Моць Ілля Владимирович**

**магістрант**

**Понизовная Анастасія Євгенівна**

**магістрант**

**Деркачева Вікторія Віталіївна**

**к. э. н., доцент**

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный  
аграрный университет»**

### **УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

Условия неопределенности в современной экономической деятельности это норма. Главной особенностью процесса принятия решения является выявление всех возможных вариантов. Неожиданные

ситуации которые не подлежат оценке и усложняют выбор необходимого варианта – это неопределенные условия. В случае если неизвестна вероятность наступления ожидаемого события его характеризуют как неопределенное [4].

Каждый субъект экономической деятельности подвергаются определенным рискам связанными с неопределенными ситуациями при принятии решения или уже в ходе их выполнения. Для решения поставленной задачи необходимо учитывать каждую деталь, которая прямо или косвенно может оказать влияние на итог выбранного решения. Но главным показателем является время, так как необходимые показатели для принятия решения в ходе анализа на момент выполнения уже принятого решения могут изменить свои показатели и в связи с этим оказать влияние на конечный результат [1].

Управление отраслями экономики осуществляется в первую очередь с помощью государственного регулирования. Под экономическими отраслями подразумевают совокупность предприятий которые производят однотипную продукцию. Отрасли объединяют в следующие сектора: первичный – это отрасли добычи сырья и изготовления полуфабрикатов (сельское хозяйство, рыболовство, добыча угля, нефти и так далее); вторичный – это обрабатывающая промышленность и строительство; третичный – сфера услуг; четвертичный – это научные исследования и разработки, необходимые для производства изделий из ресурсов.

Основным направлениям регулирования отраслями являются регулирование влияния рыночной политики на общество. Такое регулирование производится за счет принятых законов, порядков, и других правовых документов. В момент действия принятой определенной программы регулирования отрасли необходимо поддерживать связь с непосредственными производителями и потребителями продукции или услуги в этой отрасли для определения эффективности деятельности этой программы и выявления возможных неопределенных ситуаций не выявленных период планирования. Также все решения принятые на уровне государства повлияют и на экономическую составляющую других стран компаньонов или конкурентов. Неопределенные ситуации могут возникнуть как на внешнем рынке, так и на внутреннем. Каждая ситуация которая была не определена на момент планирования повлияет на деятельность предприятий и общество в целом.

На деятельность влияют неопределенные факторы внешней и внутренней среды значение которых неизвестно. Неопределенность обычно формируется с самого низкого уровня, а именно неопределенности задач в рамках проектов и всей деятельности в целом. Полноценное функционирование невозможно без разработки и выпол-

нения стратегических планов с обязательным учётом всех изменений во внешней среде и оценкой влияния на стратегические планы с целью предотвращения наступления неопределенной ситуации [2].

Одними из распространенных факторов неопределенности являются неполнота знаний, противодействие и вероятность наступления неопределенной ситуации. Эти факторы влияют на стратегические планы и возникают риски потери ресурсов, риски потери прибыли, риски появления дополнительных затрат. Но также при наступлении неопределенной ситуации при выполнении поставленной задачи может быть и получение прибыли. В этом случае наступление неопределенной ситуации положительно действует на результат деятельности.

Для снижения влияния возникших факторов неопределенности на деятельность необходимо во время выполнения стратегического плана постоянно анализировать влияние как внешней, так и внутренней среды, отслеживать все изменения и влияние данного плана на окружающую среду. Благодаря непрерывному анализу можно распознать неопределенные факторы во время планирования, быстро принять меры и подстроить стратегический план деятельности под возникшие условия.

При управлении отраслями экономики необходимо учитывать все детали и специфику деятельности конкретной отрасли. Очень важное влияние на все отрасли оказывает международная деятельность. Регулирование отраслями в неопределенных ситуациях требует большого внимания и тщательного анализа, ведь каждая ситуация отразится на экономическом состоянии всего государства [3].

Все объекты экономической деятельности тесно взаимосвязаны между собой. Деятельность каждого объекта оказывает положительное или отрицательное влияние на внешнюю или внутреннюю экономическую среду. Чем детальней анализ при планировании стратегий деятельности тем меньше вероятность возникновения неопределенных ситуаций.

### **Список использованных источников**

1. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.

2. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 276 с.

3. Карпеко О.И. Промышленный маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / О.И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2010. – 414 с.

4. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е. Токарев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 508 с.

5. Ткаченко В.Г. Основы маркетинговой деятельности фирмы: учебное пособие / В.Г. Ткаченко, В.И. Богачев, Н.В. Брагинец. – Луганск: «Книжный мир», 2000. – 205 с.

**Некипелова Карина Александровна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ПРОЦЕСС ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА**

Информационное пространство переполнено многообразием информации для покупателей, и с каждым годом появляется большое количество новинок товаров и услуг, а конкуренция усиливается, поэтому компаниям гораздо трудней оказаться в кругу внимания потребителя. При таких обстоятельствах современного рынка одерживают победу только те, кто ведут конкурентную борьбу с использованием научно-обоснованных методов и приёмов, и те кто правильно выстраивают стратегические цели.

Авторы говорят о том, что традиционные подходы в рекламе безнадежно устарели и предлагают новый эффективный подход, который и называют «позиционирование» [5, с. 30].

Т. Амблер представляет «позиционирование» как «искусство формирования образа марки в воображении целевой аудитории таким образом, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые её характеристики». Он заявляет, что для удачного позиционирования фирмы необходимо понимать, что представляет собой компания, конкуренты, какие взаимоотношения между конкурентами. Объектом позиционирования Т. Амблер рассматривает не только само предприятие, но еще и её конкурентов. Самой грубой ошибкой позиционирования Т. Амблер считает то, что производители часто пытаются выставить свой товар тем, чем он не является на самом деле [1, с. 129].

По мнению Д. Траута и Э. Райса главной причиной возникновения концепции позиционирования, является, прежде всего, «сверхкоммуникативное» общество, во-вторых, перенасыщение рынка товарами. Постоянный рост рынка, появление новых товаров, услуг и всякого рода информации о них, только загоняют человека в недоумение. В таких условиях фирмам очень важно суметь найти и прочно занять место в сознании потребителя. Это место и есть – позиция. А позиционирование – процесс создания позиции, «операция на сознании потенциальных покупателей» [3, с. 3]. Из этого следует отметить, что для концепции позиционирования не имеет значения то, как производитель воздействует на сам товар, важно, как он воздействует на умы потребителей.

Достаточно четко ключевые концепции и идеи теории позиционирования отметил Г. Хулей [2, с. 394–402]. Во-первых, позиционирование можно назвать стратегией предприятия, так как оно имеет долгосрочный характер. Во-вторых, позиционирование всегда проводится в сознании потребителей. В сознании потребителя образ выстраивается из «осязаемых» свойств, например таких как: цена товара, качество, уровень обслуживания, имидж товара, который формируется путём построения рекламных и PR кампаний. В третьих, позиционирование основывается на выгодах, получаемых потребителем. Главный смысл позиционирования заключается в том, чтобы преимущества товара или фирмы превратить в его конкурентоспособность. В четвертых, позиция продукта в сознании потребителей может весьма отличаться. Это происходит из-за того, что у все людей разное представление о приемлемой цене, о качестве, и уровне обслуживания. Такие свойства для покупателей имеют весьма личностный характер, в связи с этим принято совершать позиционирование в различных сегментах. Очень важно выявить тип потребителя, который подходит фирме больше всего, и позиционировать свой продукт в зависимости от личностных целей, свойственно данному сегменту. В заключении, отметим, что позиционирование имеет сравнительный характер. Это определяется тем, что фирма позиционируется в сравнении со своими конкурентами. Продукт компании либо превосходит конкурента, либо наоборот уступает, это зависит от конкурента и уровня его позиционируемых характеристик. Всё исходит от того, с каким конкурентом идёт сравнение.

Существует ряд ошибок при разработке стратегии позиционирования товаров на рынке:

1. Недопозиционирование. Потребительское представление о товаре или фирме является не четким, и потребитель не может увидеть преимуществ товара.



2. Сверхпозиционирование. У потребителей складывается чрезвычайно узкое представление о торговой марке фирмы.

3. Расплывчатое позиционирование. У покупателей складывается неправильное восприятие о товаре. Причина заключается в том, что слишком много заявлений о различных свойствах товара или часто меняется позиционирование.

4. Сомнительное позиционирование. Иногда потребители с трудом верят в заявления о высоком качестве товара на фоне его реальных характеристик, цены или репутации производителя.

Для того, чтобы не сталкиваться с данными ошибками нужно выполнить правильный анализ потребителей, конкурентов, внутренней и внешней среды - то есть правильно сформировать полную маркетинговую стратегию предприятия, в которую будет входить позиционирование. Для четкого понимания роли позиционирования в маркетинге, важным аспектом является определение места стратегии позиционирования в общей стратегии маркетинга.

О. Уолкер предлагает следующий процесс построения маркетинговой стратегии [4, с. 246]:

1. Анализ бизнес-стратегии предприятия.

2. Анализ внешней среды.

3. Анализ конкурентных преимуществ.

4. Анализ рыночных возможностей.

5. Сегментирование рынка.

6. Позиционирование.

7. Разработка маркетинговой стратегии.

8. Реализация и контроль за исполнением маркетинговой стратегии.

Данный алгоритм построения маркетинговой стратегии предполагает полный анализ внутренних и внешних факторов, и только после этого проводится сегментирование и позиционирование. Данный подход наиболее полноценно раскрывает процесс формирования маркетинговой стратегии. Таким образом, к процессам сегментирования и позиционирования переходят только тогда, когда фирма уже провела всевозможные анализы внешней и внутренней среды, когда уже известен портрет потребителя, его потребности и особенности, когда фирма четко осознаёт свои возможности и конкурентные преимущества.

На основании изложенного выше, можно сделать следующие выводы:

1. Суть позиционирования заключается в определении позиции продукта в сознании потребителей связанных с конкурирующими рыночными предложениями, а сам процесс позиционирования тесно взаимосвязанный с сегментацией рынка.

2. Очень важным является в позиционировании недопустимость ошибок. Дабы нейтрализовать допущенные ошибки, нужно чётко определить, что представляет собой компания, производимый продукт, полноценно и своевременно изучить потребительские потребности.

3. Рассматривая общий процесс, следует отметить, что к этапу позиционирования нужно переходить тогда, когда уже проведен анализ внутренней и внешней среды предприятия, а так же проведена сегментация рынка. Только на основании полученных данных можно сделать выводы о том, как фирме следует себя позиционировать, какие критерии и атрибуты использовать.

### **Список использованных источников**

1. Амблер Т. Практический маркетинг / пер. с англ. под общей ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер». – 311 с.
2. Бейкер М. Маркетинг. – Бизнес Класс. – СПб.: Питер, 2006. – 360 с.
3. Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость / Джек Траут, Эл Райс. – СПб.: Питер. – 2004. – 295 с.
4. Уолкер О. Маркетинговая стратегия: курс МВА. – М.: Вершина, 2006. – 425 с.
5. Trout J. Positioning Cuts through Chaos in Marketplace / J. Trout, A. Ries. – Advertising Age. – May. – 211 p.

**Пейчец Марина Викторовна**  
преподаватель  
ОП «Брянковский колледж  
Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

### **УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Управление современной организацией невозможно эффективно осуществлять без учёта особенностей её корпоративной культуры. Несмотря на то, что за рубежом данное направление стало актуально еще в начале 1980-х годов, в России пик интереса к данной проблематике наблюдается в настоящее время. Большинство успешных организаций активно внедряют в систему менеджмента корпоративные правила и стандарты поведения, разрабатывают кодексы этики членов компаний, особое внимание уделяют внутриорганизационным традициям. В соответствии с этим изменились и требования, предъявляемые к

менеджерам по персоналу, которые должны обладать необходимыми знаниями по управлению корпоративной культурой.

При детальном изучении корпоративной культуры приходится сталкиваться с определенными трудностями. В частности, из-за наличия большого количества трактовок понятия культуры как таковой возникают трудности в определении культуры организации. В большинстве случаев на практике словосочетание «организационная» или «корпоративная» культура используется для описания общей атмосферы в компании, ценностей и миссии организации, характерных для нее методов управления, стилей лидерства.

Стоит отметить, что корпоративная культура образовательного учреждения в отличие от корпоративной культуры предприятия имеет свои особенности, которые так же изучались современными учеными-теоретиками.

Исследованию корпоративной культуры профессионального образования посвящены работы Е.И. Боровлевой, Г.И. Герасимова, Н.С. Григорьевой, М. Мазниченко, А. Петерсона, Ф.К. Тугуз, Ю. Тюнникова, А.П. Ханевич др. [1].

Авторы отмечают, что корпоративная культура имеет свои специфические черты, которые свойственны исключительно образовательным учреждениям.

Более того, корпоративная культура каждого учреждения обладает своей уникальностью, но и несет в себе общие черты профессиональной среды, характерной для профессиональной школы.

Стратегия развития корпоративной культуры рассматривается в двух направлениях: внешнем и внутреннем. Внешнее направление – применение комплекса мер, направленных на обеспечение конкурентоспособности образовательного учреждения, то есть достижение социального статуса. Внутреннее направление – становление корпоративных педагогических ценностей, высокой образовательной культуры, норм педагогических отношений, обеспечивающих благоприятный морально – психологический климат, творческую атмосферу в среде педагогов, что формирует достоинство личности, профессиональную гордость и, в конечном счете, обеспечивает репутацию учреждения и коллектива [2, с. 75].

Таким образом управление организационной культурой образовательного учреждения является осознанным и целенаправленным процессом, который должен быть соответствующим образом спланированным, организованным, контролируемым, мотивированным, а также ориентированным на формирование и развитие традиций, корпоративных ценностей и правил поведения, благоприятного психологического

климата в педагогическом коллективе как составляющих ядро организационной культуры.

### Список использованных источников

1. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России, 2007. – №11. – С. 41–54.

2. Герасимов Г.И. Образование как феномен в системе социокультурного взаимодействия: противоречия трансформации / Г.И. Герасимов // Культура. Наука. Интеграция, 2014. – №2 (26). – С. 10–15.

3. Григорьева Н.С. Качество образования и корпоративная культура вуза / Н.С. Григорьева // Труды РГУПС, 2015. – №1. – С. 18–24.

4. Леньков Р.В. Корпоративная культура как фактор эффективности вуза / Р.В. Леньков, Е.И. Боровлева // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», 2013. – №5. – С. 58–64.

5. Петерсонс А. Развитие корпоративной культуры как фактор повышения конкурентоспособности негосударственного вуза: Диссер. канд. соц. наук. – Москва, 2008. – С. 110–116.

6. Тугуз Ф.К. Особенности корпоративизма как формы социализации личности в образовательном пространстве классического университета в российском обществе / Ф.К. Тугуз // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2014. – №8. – С. 7–12.

7. Тюнников Ю. Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности вуза / Ю. Тюнников // Высшее; Технические науки, 2012. – №10 (135) – С. 34-45.

8. Ханевич А.П. Организационная культура высшего учебного заведения в современной России: автореф. дисс. канд. соц. наук. Ставрополь, 2009. – 18 с.

9. Психологический словарь / под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – Москва, 1990. – 260 с.

10. Темрюков Ю.Ю. Ефективність формування та розвитку організаційної культури у системі внутрішнього управління / Темрюков // Наука і школа, 2008. – №4. – С. 25–26.

**Понкратова Анна Юрьевна**  
**ассистент**  
**Шатский Алексей Владимирович,**  
**студент**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ДЕЙСТВИЕ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАКОНОВ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ОТНОШЕНИЙ**

Общество развивается по определённым законам, основная часть которых по своей сути экономические и носят объективный характер. С течением времени форма проявления экономических законов может изменяться, но сущность законов – нет. Повлиять на экономический закон человек не может, но он может изменить основу или условия его действия. Этот вопрос всегда актуален, ведь политическая и социально-экономическая среда постоянно меняются. Следовательно, меняются и условия действия экономических законов.

Согласно точки зрения Карла Маркса, политика является концентрированной формой экономики. Из этого следует, что экономика и её законы играют главенствующую роль в обществе и существенно влияют на путь его развития.

По сути, экономический закон – это прочная, повторяющаяся, причинно-следственная связь между экономическими явлениями и процессами, которая «работает» всегда и везде, независимо от воли человека. Внутри каждого закона существует противоречие между двумя противодействующими факторами.

Противоречие экономического закона – это единство противоположностей одного целостного явления, являющегося движущей силой экономического развития общества. Разрешение экономических противоречий может привести как к росту и процветанию, так и к упадку и гибели экономики и общества в целом.

Противоречие экономического закона разрешается не автоматически, а в результате общественной деятельности людей. Если экономическое противоречие не разрешается, то общество получает конфликт, длящийся до момента его разрешения, если противоречие не может быть разрешено, происходит революция.

Например, нарушение соответствия между производительными силами и устаревшей системой производственных отношений привело в России к социальному конфликту между верхами и низами в 1917 г.,

а невозможность разрешения конфликта – к социально-экономической революции.

Каждый закон имеет причину и следствие. Определённое разрешение противоречия побуждает следствие, то есть результат противодействия факторов. Который может носить как положительный характер и способствовать развитию, так и отрицательный характер, и привести к кризису.

Все экономические законы действуют одновременно и комплексно. Они имеют взаимоотношение и связь между собой. Нарушение действия одного влечёт изменение действия другого. Превалирование положительного действия всех законов и формирует условия для экономического роста в целом и развития общества [1].

Экономический рост формируется под действием следующих экономических законов:

1. Закон адекватного соответствия уровня развития производственных отношений – уровню развития производительных сил. Производительные силы являются двигателем развития производственных отношений, если происходит несоответствие, то формируется конфликт, который при разрешении приводит систему производственных отношений в адекватное соответствие.

2. Закон превышения потребностей, характеризует уровень превышения потребности в количественном и качественном выражении, над развитием производительных сил. Если объём и структура потребления отвечают производительным силам, то степень удовлетворения разумных потребностей повышается, а если наоборот, то удовлетворяется неразумные потребности, что приводит к регрессу.

3. Закон неуклонного роста производительности труда отражает существующие противоречия между ростом потребностей и ограниченными возможностями экстенсивного развития экономики [2].

Важным является тот факт, что законы, которые действуют при капиталистической формации, не действуют при социалистической. При этом, законы во времени меняют проявление даже внутри формации. Например, закон прибавочной стоимости при монополизме преломляет своё действие в закон монопольной прибыли, а при империализме, – в закон сверхприбыли. Человек не может изменить объективный характер действия законов и его элементов иначе действие закона выйдет из границ восприятия и может оказать непоправимое разрушительное действие. Однако изменяя механизмы проявления и осуществления действия экономических законов можно добиться их положительного действия в обеспечении экономического роста [3].

На основании проведенного нами исследования можно сделать вывод, что в условиях, в которых находится ЛНР, необходимо

формировать сбалансированные механизмы хозяйственных отношений, которые были бы гармонично интегрированы в хозяйственную систему трансграничного сотрудничества с Российской Федерацией, что ослабит негативные последствия экономической изоляцией и разрыва хозяйственных связей бывшего целостного народно-хозяйственного комплекса. В этом случае, экономические законы примут положительный характер действия на экономику ЛНР в направлении обеспечения экономического роста.

#### **Список использованных источников**

1. Базылев Н.И. Экономическая теория. Издание 4-е. / Н.И. Базылев, С.П. Гурко // Минск, 2005. – 637 с.
2. Борисов Е. Ф. Основы экономики: учебное пособие / Е.Ф. Борисов. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 316 с.
3. Абель Э. Макроэкономика / Э. Абель, Б. Бернанке. – СПб.: Питер, 2010. – 768 с.

**Прасолова Мария Ивановна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

В условиях экономической нестабильности управление инновационным развитием на всех уровнях хозяйствования приобретает в современных условиях первостепенное теоретическое и практическое значение. И это вполне естественно, ведь из-за постепенного истощения экстенсивных экономических факторов инновации является существенным рычагом обеспечения конкурентоспособности и экономического роста, в конце концов, основным источником благосостояния любой страны и её населения.

Качественный скачок – это такой уровень развития того или иного вида деятельности, при котором та же задача может быть выполнена за значительно более короткий период более эффективными методами, чем в предыдущие эпохи. Качественные скачки приобретают постоянный характер благодаря одновременному действию трех факторов:

– ускорение темпа общественной, в том числе экономической, жизни;

- внедрение в хозяйственный оборот большого количества новых факторов (их комбинаций) производства;
- существенное повышение взаимного и взаимозависимого мира [1, 2].

Постоянные «экономические стрессы» приводят к возникновению и функционированию на постсоветском индустриально-бифуркационном этапе системы важнейших закономерностей: дальнейшего поступательного ускорения общественной, в том числе экономической, жизни; существенного обострения конкуренции за информационно-интеллектуальные ресурсы; ускорения смены поколений знаний, техники и технологий, сокращения их «жизненных циклов»; повышение производительности средств производства и труда; возрастание роли здоровья как конкурентного ресурса [2, с. 35].

В условиях «экономики стресса» значительно ускоряется смена поколений знаний и ускоряются технические и технологические изменения. Сокращаются «жизненные циклы» знаний, техники и технологий. Это приводит стремительному росту количества и качества инноваций.

В то же время производительность инновационного процесса существенно зависит от эффективности и действенности механизмов его организации. Именно они определяют оперативность трансформации результатов фундаментальных исследований в прикладные разработки, будут воплощаться в конкретные инновации, которые будут внедряться на всех уровнях хозяйствования.

В условиях глобализации, усиления международной конкуренции и развертывания мирового финансово-экономического кризиса нельзя останавливаться на достигнутых успехах, необходимо поступательно идти дальше. Жизнь требует создания и внедрения системы мониторинга, прогнозирования, планирования и обеспечения реализации инновационной деятельности (далее – СМППРИД). На доиндустриальном и индустриальном этапах развития для обеспечения высокой конкурентоспособности достаточно было использовать креативный потенциал отдельных квалифицированных специалистов, их локальных групп. Креативный ресурс массово использовался в качестве вспомогательного средства через системы рационализаторства. Сейчас, когда «экономические стрессы» приобретают постоянный характер, креативного потенциала отдельных специалистов и их локальных групп не хватает. Для обеспечения устойчивых экономических преимуществ необходимо максимально использовать творческий потенциал как можно большего количества индивидуумов как на макро-, так и на микроуровне. СМППРИД разработана для эффективного использования креативного потенциала на макроуровне. Системы стимулирования ин-



новационной деятельности на предприятиях призваны активизировать творческий потенциал на микроуровне.

Начиная с последних десятилетий XX в. и по сей день, в механизмах управления инновационным процессом в ведущих мировых корпорациях происходят существенные трансформации, направленные на [3, с. 186]:

- предоставление инноваторам максимального уровня свободы в решении творческих вопросов;
- диверсификации потоков информации внутри компании;
- широкое развитие экспериментаторства;
- толерантное восприятие объективных неудач инновационной деятельности.

Указанные организационные трансформации в сфере управления, несомненно, важны. В целом они направлены, во-первых, на создание благоприятных условий для наиболее полного раскрытия творческого потенциала каждого сотрудника, а во-вторых – на максимальное использование указанного потенциала в хозяйственной деятельности предприятия.

Однако, по нашему мнению, указанные организационные нововведения является необходимым, но недостаточным условием постоянной активизации инновационного процесса, поскольку они не решают вопросов накопления интеллектуального капитала, владение правами на служебную интеллектуальную собственность и т.п.

Таким образом, формирование и активное внедрение СМППРИД позволит использование креативного потенциала широкого круга специалистов, превратив его в весомый конкурентный ресурс.

### **Список использованных источников**

1. Валдайцев С.В. Управление инновационным бизнесом: учебное пособие для вузов. / С.В. Валдайцев – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2011. – 343 с.
2. Галиця І. Вдосконалення управління інноваційною діяльністю в сучасних умовах / І. Галиця, М. Шевченко, О. Галиця // Вісн. НАН України, 2010. – №5. – С. 33–41.
3. Стеблій Г.Я. Механізм удосконалення управління інноваційною діяльністю підприємств / Г.Я. Стеблій, Н.В. Тувакова // Вісник Львівського інституту банківської справи Університету банківської справи Національного банку України, 2015. – №3. – С. 185–190.

## **ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

Именно венчурный капитал способствовал реализации, во второй половине прошлого столетия, ряда крупнейших инноваций в области информационных технологий, микроэлектроники, биотехнологий и в других высокотехнологичных отраслях экономики этих стран. Венчурный капитал способствовал успеху таких известных компаний, как Microsoft, Intel, Apple Computer, Lotus, Solectron, Brookstone, Genen Tech, Sports Authority, Au Bon Pain, Federal Express и многих других [2].

С начала этого года до конца III квартала венчурные инвестиции в России суммарно сократились на 58% к уровню всего 2013 года – венчурным проектам удалось привлечь только \$1,3 млрд. Об этом говорится в совместном отчете Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ) и Российской венчурной компании (РВК), изучивших деятельность более 300 фондов с совокупным капиталом около \$30 млрд. Сильнее всего – на 87% – сократились инвестиции фондов с участием госкапитала: они вложили за девять месяцев лишь \$116 млн. Корпоративные фонды уменьшили инвестиции на 61% до \$44 млн, посевные – на 48% до \$51 млн. Инвестиции с участием зарубежных фондов составили \$117 млн, это всего 30% от прошлогоднего уровня [3].

Главная причина сокращения инвестиций – сложная экономическая ситуация на российском и глобальных рынках. Затруднен доступ к зарубежным капиталам для создания новых фондов. В ситуации экономического кризиса инвесторы стали более осмотрительными, и при оценке потенциальных проектов они придерживаются консервативной стратегии.

Для эффективного осуществления венчурного инвестирования в условиях кризиса необходимо иметь и применять систему процедур, правил, критериев, в соответствии с которыми осуществляется отбор объектов инвестирования, управление процессом реализации инвестиционных проектов, возврат инвестиций и оценка их эффективности. Помочь в решении данных вопросов может разработанная инвестиционная стратегия.

Инвестиционная стратегия представляет собой систему долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия,

определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения [4].

Наличие стратегии развития венчурного финансирования инновационных проектов помогает более оперативно реагировать на изменения условий внешней и внутренней среды.

В основе разработки инвестиционной стратегии организации лежат принципы новой управленческой парадигмы – системы стратегического управления.

**Принцип инвестиционной гибкости и альтернативности.** Инвестиционная стратегия должна быть разработана с учётом адаптивности к изменениям факторов внешней инвестиционной среды. Помимо прочего в основе стратегических инвестиционных решений должен лежать активный поиск альтернативных вариантов направлений, форм и методов осуществления венчурного финансирования, выбор наилучших из них, построение на этой основе общей инвестиционной стратегии и формирование механизмов эффективной её реализации.

**Инновационный принцип.** Формируя инвестиционную стратегию, следует иметь в виду, что инвестиционная деятельность является главным механизмом внедрения инноваций, обеспечивающих рост конкурентной позиции организации на рынке. Поэтому реализация общих целей стратегического развития организации в значительной степени зависит от того, насколько его инвестиционная стратегия отражает достигнутые результаты технологического прогресса и адаптирована к быстрому использованию новых его результатов.

**Принцип минимизации инвестиционного риска.** Практически все основные инвестиционные решения, принимаемые в процессе формирования инвестиционной стратегии, в той или иной степени изменяют уровень инвестиционного риска. В первую очередь это связано с выбором направлений и форм инвестиционной деятельности, формированием инвестиционных ресурсов, внедрением новых организационных структур управления венчурным финансированием. Особенно сильно уровень инвестиционного риска возрастает в периоды колебаний ставки процента и роста инфляции. Принцип компетентности. Какие бы специалисты не привлекались к разработке отдельных параметров инвестиционной стратегии организации, её реализацию должны обеспечивать подготовленные специалисты, имеющие большой опыт в данной области [5].

В условиях сложившегося кризиса наиболее актуальна будет следующая последовательность формирования венчурной стратегии:

1. Определение общего периода формирования инвестиционной стратегии.

2. Формирование стратегических целей венчурной деятельности.

3. Формирование системы инвестиционных критериев.

4. Определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов.

5. Оценка эффективности разработанной венчурной стратегии

Период формирования инвестиционной стратегии.

Период формирования инвестиционной стратегии зависит от нескольких параметров [4]:

– от продолжительности периода, принятого для формирования общей стратегии развития предприятия – инвестиционная стратегия предприятия не может выходить за пределы этого периода;

– возможностей прогнозирования состояния развития экономики и инвестиционного рынка;

– отраслевой принадлежности;

– размеров предприятия.

Чем больше предприятие, тем на более длительный срок требуется разрабатывать стратегию.

Формирование стратегических целей венчурной деятельности.

Под стратегическими целями венчурной деятельности предприятия понимают описанные в формализованном виде желательные параметры стратегической инвестиционной позиции, позволяющие вести эту деятельность в долгосрочной перспективе и оценивать её результаты [4].

Основной целью формирования инвестиционных ресурсов предприятия является удовлетворение потребности в приобретении необходимых инвестиционных активов и оптимизация их структуры с позиции обеспечения эффективных результатов инвестиционной деятельности.

Исход из вышесказанного, можно сделать вывод, что существуют этапы формирования стратегии финансирования в условиях кризиса. В нашей стране есть богатые возможности для реализации венчурных проектов. Прежде всего, венчурных инвесторов интересуют промышленная реструктуризация, новые технологии и малые предприятия. Предполагается, что именно эти секторы экономики станут объектами рискованных инвестиций. К сожалению, на данный момент в России нет четко сформулированных механизмов венчурного финансирования не только на региональном, но и на государственном уровне. Для развития в данном направлении необходимо разрабатывать стратегию, позволяющую более качественно охватывать различные стороны инновационной деятельности, наиболее эффективно распределять денежные ресурсы и при этом создавать возможность минимизировать

инвестиционный риск. Государство также должно принимать участие в развитии рынка долгосрочного инвестирования. Принимать ряд мер: создание венчурных фондов, вводить налоговые льготы для венчурных фирм, способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата и т. д. Все эти мероприятия помогут ускорить процесс развития венчурного финансирования в России.

### **Список использованных источников**

1. Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство: учебно-практическое пособие / С.Ю. Ягудин // Влияние венчурного предпринимательства на развитие экономической системы в России и за рубежом. – М.: МЭСИ, 2006. – С. 72–84.

2. Лирмян Р.А. Мировой опыт использования механизма венчурного финансирования инновационных процессов / Р.А. Лирмян // Экономические науки. 2007. – №8 (33). – С. 25–31.

3. Ежегодный отчет РАВИ «Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ipoboard.ru/files/cms/200dff3c0e542cd52294f166a762cfe0>

4. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие / Н. И. Лахметкина. – Инвестиционная стратегия предприятия. – М.: КНОРУС, 2006. –184 с.

**Приколота Валерий Игоревич**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Финансовая устойчивость – одна из важнейших характеристик состояния любого предприятия и его позиции в отношении внешних и внутренних изменений. Она служит залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия.

Целью этой работы является обоснование направлений повышения финансовой устойчивости предприятия.

В экономической литературе существуют различные точки зрения определения сущности финансовой устойчивости. Так, например, А.Д. Шеремет и Е.В. Негашев не дают точной формулировки данного определения, а считают, что разница реального собственного

капитала и уставного капитала является основным исходным показателем устойчивости финансового состояния предприятия [4, с. 59].

М.Н. Крейнина представляет финансовую устойчивость как постоянное во времени соотношение между собственным и заемным капиталом [2, с. 71]. А.Д. Шерemet и Р.С. Сайфулин считают, что «Финансовая устойчивость – это определенное состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность» [5]. Наиболее подробно данную проблему раскрывает Г.В. Савицкая «Финансовая устойчивость – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохраняя равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска» [3, с. 45]. Как видно, при исследовании финансовой устойчивости выделяется обособленное понятие – «платежеспособность», которое является неотъемлемым компонентом финансовой устойчивости. Этот термин сегодня также не имеет однозначного определения. Одни авторы выражают платежеспособность предприятия его возможностью и способностью своевременно и полностью выполнять свои финансовые обязательства перед внутренними и внешними партнерами, и перед государством [4; 5].

Другая группа авторов отмечает, что платежеспособность – это способность компании выполнять свои внешние обязательства за счет активов. В то же время остаются нерешенным содержание положения определения реального финансового состояния предприятия на основе анализа угроз и возможностей макроокружения предприятия и анализа внешней среды предприятия.

Анализ различных точек зрения о содержании понятия «финансовая устойчивость» показывает, что по исследуемой проблеме нет единого мнения.

Большинство авторов подают финансовую устойчивость довольно узко, чем следовало бы, выражая её одним или двумя показателями. Однако очевидно, что финансовая устойчивость – это комплексное понятие, которое выражается системой показателей.

По нашему мнению, финансовая устойчивость – способность предприятия осуществлять свою деятельность и развиваться в условиях предпринимательского риска и меняющейся среды, при сохранении постоянной платежеспособности и кредитоспособности.

Финансовая устойчивость обеспечивается всей производственно-хозяйственной деятельностью предприятия. Высшим её проявлением является способность предприятия развиваться преимущественно за счет собственных источников финансирования.

Анализ того, насколько эффективно предприятие использует свои средства, можно провести с помощью коэффициентов оборачиваемости и рентабельности. Если деловая активность предприятия в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота его средств, то рентабельность отражает степень прибыльности его деятельности. Результаты анализа могут использоваться для выбора варианта между рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов при прогнозировании уровня доходности активов в целом.

В современных условиях каждое предприятие решает задачу поиска резервов, направленных на стабилизацию финансового состояния. К основным направлениям можно отнести: увеличение доли рынка, увеличение объема производства, снижение затрат на производство продукции и другие.

Резервы роста прибыли – это количественно измеримые возможности её увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на производство и реализацию, снижение внереализационных затрат, совершенствование структуры произведенной продукции [1, с. 14].

Кроме того, чтобы улучшить финансовые результаты предприятия и оказывать содействие в реализации выявленных резервов также возможно применить следующие мероприятия: рассмотреть и устранить причины возникновения перерасходов финансовых ресурсов таких, как материальные и трудовые в структуре операционных затрат предприятия. Внедрение указанных мероприятий позволит выявить резервы, направленные на улучшение результатов хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Понятно, что в современных условиях правильное определение реального финансового состояния предприятия имеет большое значение не только для самого предприятия, но и для возможных инвесторов.

Систематический контроль на основе вышеприведенных методик оценки финансовой устойчивости позволяет оперативно выявлять негативные стороны в деятельности компании и своевременно принимать необходимые решения по выходу из сложившихся ситуаций.

### **Список использованных источников**

1. Захарченко В.І. Підвищення фінансової стійкості підприємства в процесі науково-технологічного розвитку / В.І. Захарченко, М.О. Дамаскін // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – №2 (12). – С. 14–20.

2. Крейнина М.Н. Анализ финансовой деятельности предприятия для совершенствования бизнеса: учебное пособие / М.Н. Крейнина;

Учеб. методол. центр при М-ве РФ по налогам и сборам. – Москва: УМЦ, 2002. – 209 с.

3. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 607 с.

4. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

5. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа: учебное пособие / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 208 с.

**Сазонова Елизавета Руслановна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КАЧЕСТВА КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

В настоящее время успешное управление конкурентоспособностью продукции и поиск наиболее эффективных путей для обеспечения повышения уровня качества продукции является залогом успеха для любого предприятия, действующего в конкурентной среде.

Проблемам конкуренции и конкурентоспособности посвящены труды многих отечественных и зарубежных учёных таких как А. Смит, Д. Риккардо, М. Портер, Р. Уотерман, Ф. Эдجوорт, Г.Л. Азоев, А.Ю. Юданов и др. Исследование управления качеством продукции и конкурентоспособностью производства актуально для экономической жизни. Ему посвящены работы таких известных авторов как: М.К. Розовой, Р.А. Фатхутдинова, В.Я. Белобрагина, А.В. Гличева и др. Согласно с современными подходами качество является многоаспектным и динамичным понятием, которое можно отнести к разным объектам: продукции, роботам, услугам, процедурам и процессам, деятельности, методам, разработанным системам и организационным структурам и т.п. [2].

Целью работы является исследование путей обеспечения повышения качества продукции, воздействия качества на конкурентоспособность предприятий.

Качество как экономическая категория отражает совокупность свойств продукции, определяющих меру её пригодности удовлетворять потребности человека в соответствии со своим назначением. Качество продукции – это совокупность особенностей продукции, по её безопас-



ности, новизне, долговечности, надежности, экономичности, эргономичности, эстетичности, экологичности и т.д., которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предлагаемые потребности в соответствии со своим назначением [1]. Чем выше качество продукции, тем полнее удовлетворяются потребности потребителей и эффективнее решаются социально-экономические проблемы развития общества.

В условиях рыночной экономики качество продукции играет важную роль в повышении её конкурентоспособности. Понятие конкурентоспособность имеет универсальное значение и все более применяется не только в отношении продукции (услуг) в целом, но и по отдельным фирмам и даже странам. Конкурентоспособность продукции по качеству повышает и конкурентоспособность предприятия как субъекта рынка, под которой понимают его способность производить конкурентоспособную продукцию и обеспечивать её сбыт.

Обеспечение конкурентоспособности – это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т.е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции [3]. Как правило, усилия направляются на достижение следующих целей:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного обслуживания;
- стимулирование маркетинговых усилий.

Следовательно, решение проблемы повышения конкурентоспособности предприятий начинается с пересмотра подходов к обеспечению качества производимой продукции. Конкурентоспособная продукция обеспечивает постоянную финансовую устойчивость предприятия, а также получения им максимально возможной прибыли. Повышение качества и конкурентоспособности продукции влияет на рост производительности общественного труда, структуру производства и функциональное разделение мощностей, темпы и эффективность научно-технического прогресса.

Быстрые изменения внешней среды отечественных предприятий стимулируют их разрабатывать комплекс мер по совершенствованию организации производства, используя новые методы, системы и подходы к управлению конкурентоспособностью и качеством продукции. При этом особое внимание следует обращать на обновление и модернизацию основного технического парка предприятий, рационализацию и стиму-

лирование эффективности производства, создание системы мотивации управления трудом, подготовку персонала.

Проблема повышения качества в современных условиях является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной, экологической безопасности. Категория качества продукции непосредственно и тесно связана с конкурентоспособностью, имея общую сферу формирования и проявления. Уровень качества является основной составной частью конкурентоспособности продукции. Соответствие уровня качества заданным целям лежит в основе успеха предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Альхасан А. Повышение конкурентоспособности продукции на предприятии / А. Альхасан // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 69–75.

2. Оковкина О.Н. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.Н. Оковкина, А.М. Чупайда // Экономический журнал. – Изд-во Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Ипполитова», 2010. – №19. – С. 37–42.

3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во «Экомо», 2004. – 544 с.

**Слепухина Елена Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ МИКРОСРЕДЫ СУБЪЕКТОВ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА**

Венчурный бизнес – это рискованный и долгосрочный бизнес в сфере инвестирования инноваций, это форма финансирования малых и средних предприятий, занимающихся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками, реализуемых на практике, это предпринимательская деятельность со значительной долей риска и не гарантированной перспективой, направленная на инвестирование идей стартапов и предполагающая получение значительного дохода в будущем [1].

Сущность венчурного бизнеса в соответствии со смыслом слова «венчур» состоит в том, что определенный объём средств вкладывается

в новое, еще никому неизвестное и ничем себя не зарекомендовавшее предприятие, что, естественно, является весьма рискованным шагом. Главная цель венчурного финансирования сводится к тому, чтобы объединить в реальном секторе экономики финансовые капиталы одних предпринимателей и интеллектуальные возможности других для того, чтобы в новой фирме тем и другим предпринимателям принести прибыль [2, с. 24].

К субъектам венчурного бизнеса относятся: 1) субъекты самой венчурной деятельности (основные субъекты финансов венчурной деятельности); 2) субъекты, не участвующие в венчурной деятельности, но являющиеся субъектами финансовых отношений венчурной деятельности (неосновные субъекты финансов венчурной деятельности). Основные субъекты венчурного бизнеса: – венчурные фирмы, – индивидуальные инвесторы, – финансовые посредники. Неосновные субъекты венчурного бизнеса следующие: 1) различные предприятия и организации; 2) банки (не являющиеся инвесторами; 3) государство; 4) физические лица (граждане), нанятые на работу участниками венчурной деятельности.

Целью исследования является изучение развития инновационного трансфера технологий микросреды субъектов венчурного бизнеса.

Инновационный трансфер технологий представляет собой систему передачи результатов научно-технической деятельности с целью использования самых различных объектов интеллектуального процесса – изобретения, промышленных образцов и т.д., которые в собирательном значении называется технологиями, для оказания научно-технических услуг, применения технологических процессов, выпуска продукции [3, с. 151–157].

В настоящее время во всех развитых странах инновационная составляющая является важнейшей частью общегосударственной социально-экономической и научно-технической политики, относится к числу основных приоритетов развития. На сегодняшний день, отечественная инновационная сфера оказалась не готовой к работе в рыночных условиях. Существуют проблемы, которые притормаживают результативное формирование трансфера технологий.

До недавнего времени у нас в республике удачное осуществление научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ оценивалось как результат автоматического процесса, начинающегося с научного исследования и проходящего через стадии разработки, финансирования, производства, маркетинга и дальнейшего распространения. При этом менеджеры боролись за усовершенствование показателей своей стадии, никак не стремясь к пониманию взаимоотношений между различными этапами реализации технологии в целом. Немало интереса

уделялось и установлению связей между множеством организаций, вовлеченных в продвижение результатов научных исследований в хозяйственную практику. Однако успешное использование коммерческих достижений науки, как показывает опыт передовых стран, возможна лишь при прямом взаимодействии научных лабораторий и рынка при участии государства. Непосредственно непонимание особенностей организационно-экономической природы передачи знаний и технологий считается основной преградой на пути инноваций [4].

Определяющей особенностью передачи результатов научных исследований для их освоения является создание и развитие коммерческих форм взаимодействия науки и производства. Анализ опыта ведущих зарубежных фирм показывает, что рыночная инфраструктура трансфера технологий имеет довольно сложную институциональную структуру. Без фирм венчурного капитала, финансирующих начало производства, промежуточных звеньев между научной лабораторией и массовым производством (которых у нас в республике в большинстве случаев нет) эффективность передачи технологий будет минимальной или нулевой.

Таким образом, трансфер технологий считается значительной и необходимой составляющей инновационного процесса в любом государстве. Для повышения уровня технологического развития республики и перехода к инновационной экономике следует совершенствовать движения трансфера технологий, разрабатываемых в наукоемких секторах экономики. И если экономика нашей республики стремиться занять значимое место в мировой экономике нам необходима стратегия, которая будет основана на современном уровне развития науки и технологий.

#### **Список использованных источников**

1. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://forexaw.com/TERMs/Economic\\_terms\\_and\\_concepts/Business/11005](http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Business/11005) (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

2. Войтов И.В. Инновационная деятельность и венчурный бизнес: научно-методическое пособие / И.В. Войтов, В.М. Анищик, А. П. Гришанович и др. – Минск: ГУ «БелИСА», 2011. – 188 с.

3. Сайбель Н.Ю. Роль центров трансфера технологий в инновационном процессе / Н.Ю. Сайбель, А.С. Косарев // Молодой ученый, 2016. – №27. – 845 с.

4. Некоторые аспекты формирования рыночной инфраструктуры трансфера технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://vasilievaa.narod.ru/13\\_3\\_03.htm](http://vasilievaa.narod.ru/13_3_03.htm) (Дата обращения: 28.02.2017). – Название с экрана.

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛНР**

Важными переменными, влияющими на привлекательность туристского направления для различных групп и категорий туристов, являются его культурные и социальные характеристики. Наибольший интерес у туристов вызывают такие элементы культуры народа, как искусство, наука, религия, история и др. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека. В стремлении разнообразить свой досуг, человек охватывает все новые культурные ресурсы.

Туризм является прибыльной отраслью экономики, он имеет большое социальное значение, которое выражается в организации населением досуга. Развитие туристической индустрии усиливает ориентацию экономики на человеческие потребности [1].

В настоящее время туризм на Луганщине не получил необходимого развития [2]. Причины, проблемы и последствия неразвитости туризма в Луганской Народной Республике рассмотрим в таблице 1.

Таким образом, обладая значительными туристическими ресурсами, регион не имеет достаточного финансирования для развития и реконструкции природно-культурных объектов, их инфраструктуры в связи, с чем большинство достопримечательностей находятся в непривлекательном для туристов состоянии. Кроме того, проблемой, тормозящей развитие туризма в регионе, является недоверие со стороны потенциальных клиентов [2].

Следовательно, в сложившихся непростых условиях в ЛНР, необходимо уделить внимание следующим направлениям активизации туристической индустрии.

Во-первых, необходима популяризация всех возможных разновидностей туризма среди населения ЛНР и туристических объектов Луганщины через создание туристических путеводителей по краю, печать буклетов с информацией о культурных и природных объектах.

Во-вторых, проблемы с финансированием можно решить путем объединений в неправительственные организации и активного участия в международных грантовых схемах развития депрессивных территорий, сферы обслуживания и туристической сферы в частности.

**Таблица 1 – Характеристика причин, проблем и последствий развития туризма в ЛНР**

ПРИЧИНЫ			
Страх потенциальных клиентов из других областей Украины посещать территорию Луганщины по причине явного военного конфликта на Донбассе.	Отсутствие финансирования, развития области туризма.	Низкий уровень информированности населения насчет природного и культурного наследия Луганщины.	Ограниченность экологических и зеленых экскурсионных и туристических маршрутов в сельской местности.
ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА			
Недоверие со стороны потенциальных клиентов и отсутствие должных условий для развития природных и культурных объектов Луганщины			
ПОСЛЕДСТВИЯ			
Отсутствие въездных туристических потоков.	Неудовлетворительное состояние природного и культурного наследия.	Низкий уровень спроса на туристические услуги со стороны жителей области.	

В-третьих, к факторам, сдерживающим развитие туризма в ЛНР и на которые государству следует обратить особое внимание, можно отнести:

1. Отсутствие системы статистического учёта, что не позволяет оценить динамику отрасли области в целом и четко просчитать бюджетную эффективность государственной поддержки развития внутреннего и въездного туризма.

2. Низкую конкурентоспособность Луганского турпродукта по цене и качеству.

3. Недостаточный уровень развития сферы дополнительных услуг (транспортных, услуг гидов-экскурсоводов, гидов-проводников и других).

Стимулированию и регулированию процесса формирования конкурентоспособного туристического рынка ЛНР должна способствовать государственная поддержка, основными задачами которой станет поддержка и эффективное использование природно-культурных достопримечательностей действующая на принципах государственно частного партнерства и вовлечения в туристическую деятельность максимально возможного объёма туристских ресурсов региона.

## **Список использованных источников**

1. Туризм на Луганщине 2001–2006: Статистический бюллетень / відп. ред. Г.Е. Овчаренко, уклад. М.В. Тищенко, О.П. Халецька, А.С. Лохматов. – Луганськ: Вітус, 2007. – 35 с.

2. Дидковская С.О проблемах развития туристической сферы в ЛНР [Электронной ресурс] / С. Дидковская / Круглый стол в ЛНУ им. В.Даля – Официальный сайт Министерства культуры, спорта и молодежи Луганской Народной Республики. – Режим доступа: <https://mklnr.su/turizm/novosti-turizm/156-o-problemah-razvitiya-turisticheskoy-sfery-v-lnr-rasskazala-svetlana-ditkovskaya-na-kruglom-stole-v-lnu-imeni-vdalya.html> (Дата обращения: 13.02.2017).

**Темлякова Татьяна Михайловна**

**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Во время больших перемен, нестабильной обстановки в обществе, политике, в условиях неопределенности, важным ресурсом предприятия остается персонал.

Оценка эффективности работы персонала – важнейшая часть всей системы управления персоналом любой организации. Оценка эффективности работы персонала – система периодических проверок выполнения должностных обязанностей отдельным сотрудником (группой, подразделением) с целью определить возможные проблемы, которые мешают сотруднику эффективно выполнять работу; поиска путей решения выявленных проблем, в том числе определение необходимости в профессиональной подготовке, потенциальных возможностей для развития карьеры. Оценка результативности труда дает возможность соотнести плановые показатели деятельности компании с фактическими, сравнить затраты и полученный результат. По результатам проведения оценки, компания получает реальную картину эффективности деятельности в целом организации (предприятия) и каждого сотрудника в отдельности.

Процедура проведения оценки эффективности труда персонала будет результативной при соблюдении системного подхода и выполнения многих условий. Речь идет об установлении четких «стандартов» результативности труда для каждой должности и критериев её оценки;

разработка процедуры проведения оценки результативности труда (когда, с какой периодичностью и кто проводит оценку, методы оценки), предоставление полной и достоверной информации оценщику о результатах труда работника; обсуждение результатов оценки с работником; принятие решения по результатам оценки и документирования оценки.

Имеет смысл выделить некоторые методы оценки эффективности работы персонала предприятия, которые позволяют достаточно точно измерять уровень и качество результатов работы персонала. К ним относятся:

- оценка по ключевым показателям эффективности деятельности (KPI – Key Performance Indicators);
- оценка по системе MBO (Management By Objectives – система управления по целям);
- BARS (Behaviorally Anchored Rating Scale – поведенческая рейтинговая шкала);
- метод «Универсальных стандартов»;
- метод «360 градусов»;
- метод оценки критической ситуации;
- заданное распределение.

Однако выбор методов оценки персонала для каждой конкретной организации является уникальной задачей, решить которую может только руководство самой организации, учитывая стратегические цели организации, состояние внешней среды, организационную культуру и структуру, традиции организации, характеристики занятой в ней рабочей силы.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что применяя указанные методы оценки эффективности персонала, мы получаем большое количество показателей продуктивности, удовлетворенности трудом, компетентности, профессионального поведения и личностных качеств сотрудников, поэтому оценка труда является одной из важнейших функций управления персоналом и её роль в системе управления организацией заключается в том, что именно на её основе управляющий субъект принимает соответствующие решения, которые оказывают непосредственное влияние на объект – персонал организации. И от того, насколько эта информация качественная и надежная, в конечном счете, зависит эффективность принимаемого решения. Поэтому и карьера, и поощрение, и дальнейшая работа сотрудников зависит от этого решения [3, с. 47].

Таким образом, мы пришли к выводу, что с течением времени появляется всё больше методологий, технологий, инноваций в системе управления персоналом, что оставляет эту область постоянно актуальной.



## Список использованных источников

1. Беркутова Т.А. Оценка персонала как управленческая задача: эффективность, компетенции, деловые коммуникации / Т.А. Беркутова, Н.В. Крониковская, И.А. Мартыянова, А.М. Пономарев. – Екатеринбург-Ижевск: Изд-во института экономики УрО РАН, 2007. – 370 с.
2. Одегов Ю.Г. Управление персоналом: Оценка эффективности / Ю.Г. Одегов, Л.В. Карташова. – М.: Экзамен, 2002. – 256 с.
3. Шекшня Е.В. Управление персоналом современной организации: учебник / Е.В. Шекшня. – М.: Изд-во «Интел-Синтез», 2007. – 336 с.

**Толощук Татьяна Витальевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Венчурный бизнес (от англ. venture – рискованный) – рискованный научно-технический или технологический бизнес. Венчурный бизнес является производным от науки, фундаментальной и прикладной, и появился на свет как требование экономического развития в качестве недостающего звена между наукой и производством.

Сформировался он впервые в современном виде в Кремниевой долине в США, и оттуда постепенно распространился с национальными отличиями по всем развитым и крупным развивающимся странам (Китай, Индия, Бразилия и другие) [1].

В своем развитии венчурное предприятие проходит ряд этапов, каждый из которых характеризуется различными возможностями и источниками финансирования.

На первом этапе развития венчурного предприятия, когда создайся прототип продукта, требуются незначительные финансовые средства; вместе с тем отсутствует и спрос на данный продукт.

Второй (стартовый) этап, на котором происходит организация нового производства, характеризуется достаточно высокой потребностью в финансовых средствах, в то время как отдачи от вложенных средств практически еще нет. Основная часть издержек здесь связана не столько с разработкой технологии производства продукта, сколько с коммерческой его составляющей (формирование маркетинговой стратегии, прогнозирование рынка и др.).

Третий этап является этапом раннего роста, когда начинается производство продукта и происходит его рыночная оценка. Обеспечивается определенная рентабельность, однако прирост капитала не является значительным. На этом этапе венчурное предприятие начинает представлять интерес для крупных корпораций, банков, других институциональных инвесторов. Для венчурного финансирования создаются фирмы венчурного капитала в форме фондов, трастов, ограниченных партнерств и др.

На завершающем этапе развития венчурного предприятия финансирование его деятельности осуществляется путем продажи данного предприятия: выкупа акций предприятия его руководством, выкупа акций руководством и персоналом предприятия, выкупа акций другими менеджерами, выкупа акций инвесторами. В результате на основе выкупа существующей компании создается новая независимая фирма [2].

Для успешного развития венчурного бизнеса необходимы:

- долгосрочная государственная инновационная политика и конкретная программа финансирования венчурного бизнеса;
- значительные инвестиции в развитие человеческого капитала – основы создания и эффективности венчурного бизнеса;
- венчурные предприниматели (бизнес-ангелы), которые, как правило, вырастают из венчурных менеджеров;
- венчурные менеджеры;
- развитые фундаментальная и прикладная науки, способные производить открытия, изобретения и новшества для венчурного бизнеса;
- современная и развитая система образования;
- конкурентная среда в венчурном бизнесе.

Особенностью венчурного бизнеса является очень высокий интеллектуальный и профессиональный уровень венчурных предпринимателей и менеджеров. Подобных профессионалов чрезвычайно сложно вырастить. Их знания и опыт лежат на пересечении фундаментальной и прикладной наук, инновационного менеджмента, знаний высокотехнологичных производств. Поэтому программы и проекты создания национального венчурного бизнеса должны быть комплексными и системными, решающими задачи полноценного финансирования, подготовки специалистов, создания инфраструктуры, системы безопасности и пр. [3].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что вопросы формирования и развития венчурных предприятий являются весьма перспективными, несмотря на то, что для эффективной и прозрачной работы компаний и частных лиц в данной сфере существует немало преград. Венчурный бизнес появился на свет как требование экономи-

ческого развития в качестве недостающего звена между наукой и производством. В собственном формировании венчурное предприятие протекает несколько стадий, любая с которых характеризуется разными способностями и источниками финансирования. Основным интенсивным фактором развития венчурного предприятия является высококачественный человеческий капитал.

### **Список использованных источников**

1. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vklady-investicii.ru/articles/biznes/chto-takoe-venchurnyj-biznes-primegy-proektov-i-organizaczij.html> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

2. Войтов И.В. Инновационная деятельность и венчурный бизнес: научно-методическое пособие / И.В. Войтов, В.М. Анищик, А.П. Гришанович – Минск: ГУ «БелИСА», 2011. – 188 с.

3. Развитие венчурного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://textb.net/112/19.html> (Дата обращения: 27.02.2017). – Название с экрана.

**Трапезникова Карина Алексеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Перспективы развития страны в XXI веке в огромной степени зависят от состояния научно-технического сектора экономики – уровня прикладных исследований и возможностей промышленной реализации передовых технологий, рыночного потенциала производимой продукции. Для того чтобы осуществить развитие технологий и существуют венчурные предприятия.

Венчурный бизнес – рискованный бизнес, осуществляемый на принципах венчурного финансирования преимущественно в наукоемких высокотехнологичных областях производства; взаимодействие двух предпринимателей – одного с капиталом, а другого с идеей и энергией для реализации определенной научно-технической идеи и получения прибыли [1]. К субъектам инновационной деятельности относятся организации двух типов: которые непосредственно занимаются инновационной деятельностью и которые непосредственно

не участвуют в инновационной деятельности, но способствуют ей, обеспечивают общие условия для её нормального осуществления. Сущность венчурного бизнеса состоит в том, что определенный объём средств вкладывается в новое, еще никому неизвестное и ничем себя не зарекомендовавшее предприятие, что, естественно, является весьма рискованным шагом.

Инновационная деятельность - процесс последовательного проведения работ по преобразованию новшества в продукцию и введение её на рынок для коммерческого применения. В общем виде инновационный процесс состоит из следующих стадий: исследования и разработки; освоение в производстве; изготовление; содействие в реализации, применении, обслуживании; утилизацию после использования [2].

Существуют определенные взаимосвязи между процессами развития инновационной деятельности и венчурного бизнеса: с одной стороны, в результате инновационной деятельности возникают условия, способствующие развитию венчурного бизнеса, с другой - венчурный бизнес по мере своего развития оказывает все большее стимулирующее воздействие на инновационную деятельность. Указанные взаимосвязи проявляются через отношение инновационной деятельности и венчурного бизнеса к научно-технологическому развитию, под которым понимается сложный процесс создания новых технологий на основе использования научных знаний как решающего фактора роста экономического потенциала.

Особенностью инновационной деятельности является высокая степень неопределенности её конечных результатов, что обуславливает повышенные риски при вложении финансовых средств в разработку и создание новой высокотехнологичной продукции. В итоге складывается ситуация, при которой финансовые риски, связанные с неудачной реализацией инновационного проекта, могут оказаться довольно высокими, причем, чем они выше, тем сложнее предпринимателю найти источники финансирования для реализации такого проекта [3, с. 66].

По мере наращивания научно-технологического потенциала создается все больше предпосылок для успешного выполнения инновационных проектов: появляются специалисты, обладающие необходимыми знаниями и опытом и способные обеспечить коммерческий успех практического воплощения предлагаемых ими идей, и кроме того, совершенствуются технические средства, с помощью которых можно осуществлять сложные производственные процессы [4, с. 23].

Изучив информацию о венчурном бизнесе и инновационной деятельности можно однозначно сказать, что эта тема актуальна и сделать вывод, что путь к возможной высокой и сверхвысокой

прибыльности лежит через инновационные риски, и что для венчурного капитала характерна объективная особенность в стремлении к предпринимательским проектам с высокими рисками в сочетании с возможными высокими уровнями рентабельности.

### **Список использованных источников**

1. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://forexaw.com/TERMs/Economic\\_terms\\_and\\_concepts/Business/11005](http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Business/11005). (Дата обращения: 25.02.2017). – Название с экрана.
2. Инновационная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/economy/Innovacionnaya-deyatelnost.php> – (Дата обращения: 25.02.2017). – Название с экрана.
3. Войтов И. В. Инновационная деятельность и венчурный бизнес: научно-методическое пособие / И.В. Войтов, В.М. Анищик, А.П. Гришанович – Минск: ГУ «БелИСА», 2011. – 66 с.
4. Акельев Е.С. Инвестиционно-финансовый механизм венчурного бизнеса в контексте институциональной теории / Е.С. Акельев // Вестник ТГУ, январь, 2011. – С. 23.

**Федорова Анастасия Юрьевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОВАЙДЕРЫ В ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Концепций регулирования и стимулирования инновационной деятельности, объявлено о создании национальной инновационной системы, создан ряд механизмов государственного финансирования инноваций, включая создание инфраструктуры инновационной деятельности. Главной проблемой пока остается разорванность связей между основными участниками инновационного процесса (разработчиками и потребителями нововведений), информационная непрозрачность и поэтому низкая мотивация как к разработке, так и финансированию инноваций. В официальной статистике под технологическими инновациями понимаются конечные результаты инновационной деятельности, получившие воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической

деятельности. От того, какое определение инноваций используется, зависят все формализуемые характеристики этого процесса. В настоящее время единого подхода к определению инновационной деятельности нет, равно как и не проводилось сплошных обследований предприятий и организаций, в которых исследовались бы инновации [1].

Венчурные предприятия (англ. ventures, от английского слова «venturer» – риск) – предприятия, осуществляющие научные исследования, инженерные разработки и внедряют новшества, в частности по заказу крупных фирм и за государственными субконтрактами. Это небольшие, но гибкие и эффективные предприятия, которые создаются с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации рискованных инноваций. В некоторых случаях венчурные фирмы являются временными организационными структурами, которые созданы для решения конкретной проблемы. После достижения цели они, обычно, продаются, поглощаются крупной фирмой или продолжают свое функционирование как новая развитая фирма. Современные венчурные фирмы – это гибкие и мобильные структуры и характеризуются чрезвычайно высокой активностью, обусловленной привлечением высококвалифицированных, талантливых специалистов и созданием соответствующих стимулов для изобретательской деятельности. Венчурные фирмы – это в основном малые предприятия в новейших отраслях производства (электроника, биохимия, биоинженерия, производство потребительских товаров), в которых происходит интенсивная смена поколений продуктов и технологий [2; 3].

Выделяют две группы венчурных предприятий: самостоятельные фирмы и такие, что входят в состав крупных компаний и финансовых групп. Венчурные фирмы – посредник между фундаментальными исследованиями и массовым производством нового продукта, активизирующие инновационную деятельность, ускоряют внедрение новейших технологий. Благодаря созданию венчурных предприятий можно решить главную экономическую проблему научно-технических разработок – снижение технологических рисков. Венчурный капитал – один из факторов, поддерживающих развитие бизнеса. Это объясняется тем, что венчурные фонды постоянно ищут новые предприятия, которые могут принести большую доходность в долгосрочной перспективе, но которые еще слабые (вернее – с повышенным риском) для стратегического инвестора.

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что под инновационными провайдерами в венчурных предприятиях, понимают процессы создания и коммерческого использования новшеств. Как правило, в основе предпринимательской инновационной деятельности лежат нововведение в области продукции или услуг, позволяющих создать новый

рынок, удовлетворить новые потребности. По способу организации инновационного процесса в фирме можно выделить три модели инновационного предпринимательства.

### **Список использованных источников**

1. Завлина П.Н. Инновационный менеджмент: учебное пособие / П.Н. Завлина, А.К. Казанцева. – СПб.: Наука, 2000. – С. 45–52.
2. Предпринимательство. Венчурные предприятия (реферат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studbooks.net/52828/ekonomika/venchurnye\\_predpri](http://studbooks.net/52828/ekonomika/venchurnye_predpri) (Дата обращения: 10.03.2017).
3. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент: учебник / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг. – М.: ЮНИТИ, 1997. – С. 22–32.

**Фролова Кристина Петровна**  
магистрант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Владимира Даля»**

### **ПОНЯТИЯ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА**

В современных условиях важность развития венчурной индустрии состоит в том, что большая часть открытий в высокотехнологических отраслях достигнута за счет венчурного капитала и венчурных предприятий. Деятельность многих экономически развитых государств направлена на создание экономических механизмов, способствующих внедрению в производство новейших достижений научно-технического потенциала. Одним из таких механизмов является венчурные предприятия.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях развития республики немаловажно развитие наукоемкой продукции, поскольку от этого зависит успех ускорения экономического роста, создания оптимальных условий для развития человеческого капитала в современной социально-экономической системе.

Цель работы заключается в изучении понятий венчурного бизнеса и венчурных предприятий.

При освещении данного вопроса были использованы труды таких отечественных авторов как: Каширин А.И., Семенов А.С., Фоломьев А.Н., Фурсенко А.А. и др.

Так же этой проблеме были посвящены и труды зарубежных учёных, а именно: Купера И., Лернерп Дж., Потерба Дж., Роберте Е., Фрида В. и др.

Венчурный бизнес – это форма прямого инвестирования в малые и средние предприятия, основной деятельностью которых является проведение опытно-конструкторских исследований и разработка новых наукоемких идей, применимых на практике. То есть, иными словами, это фирмы или компании, занимающиеся реализацией рискованных бизнес-проектов [1]. Долгосрочные вложения в венчурном бизнесе осуществляются не только в форме денег, но и путем оказания конкретной помощи мелким и средним фирмам, что способствует превращению их в крупные предприятия [2]. Важной категорией венчурного бизнеса, по сути, основой его существования, является инновационная деятельность и инновационные технологии.

Венчурные предприятия – основные субъекты венчурного бизнеса, представляют собой, как правило, небольшие предприятия, занимающиеся прикладными научными исследованиями, инженерными разработками, проектно-конструкторской деятельностью, созданием и внедрением инноваций, в том числе по заказам крупных фирм и государства. К ним примыкают предприятия, занимающиеся маркетингом, инжинирингом, рекламой, оказывающие консультативные услуги и т.п. [3].

В условиях инновационного развития экономики деятельность венчурных предприятий направлена в большей степени на максимизацию выгод инвесторов и повышение стоимости самой компании, что невозможно без постоянного реинвестирования части прибыли в новейшие научные разработки, которые обеспечивают компании конкурентные преимущества и устойчивое функционирование в условиях высокой неопределенности. С одной стороны, деятельность предприятия должна быть направлена на удовлетворение интересов венчурных капиталистов, с другой стороны, на постоянное и достаточное финансирование научных исследований. Каждая венчурная компания наряду с отраслевыми особенностями имеет специфические черты, делающие её уникальной.

Принципы работы венчурного предприятия следующие:

– создание фонда венчурного капитала в форме товарищества, в котором фирма-организатор выступает как главный товарищ и несет полную ответственность за управление фондом. Для этого разрабатывается бизнес-план, имеющий цель убедить потенциальных инвесторов в достаточной квалификации, опыте и в стремлении к эффективной реализации проекта;



- размещение венчурного фонда по различным проектам со степенью риска не более 25% и со сроком отдачи вложений через 3–5 лет;
- «выход» венчурного капитала из предприятия путем превращения предприятия в открытое акционерное общество с выпуском и продажей акций.

Таким образом, венчурный бизнес, как мы выяснили, предоставляет возможность быстро реализовать любой проект. Его прибыльность будет зависеть не только от идеи, но и от продвижения, организации.

В последнее время развитие венчурного бизнеса дало новый толчок к разработке и внедрению новых технологий. Вопрос о сущности венчурного бизнеса и механизме создания условий для его развития находится в центре внимания экономической теории.

### **Список использованных источников**

1. Все о бизнесе и деньгах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hqbusiness.ru/venchurnyi-biznes> (Дата обращения: 12.03.2017) – Название с экрана
2. Заиченко Я.И. Венчурное предпринимательство как предпосылка для развития инновационной деятельности / Я.И. Заиченко // Вестник ИрГТУ, 2014. – №6 (89). – С. 34–39.
3. Чорба П.М. Реализация программы финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства / П.М. Чорба, Н.И. Быканова // Современная экономика: проблемы и решения», 2013. – №3. – С. 45–51.

**Хардин Алексей Александрович**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ВИДЫ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В данной работе мы рассмотрим венчурные предприятия, а так же особенности их видов и форм. Но прежде чем перейти непосредственно к изучению разных видов данных предприятий, требуется ознакомиться с самим понятием венчурных предприятий. Венчурные предприятия, так же называемые рискованным – это предприятия, организации и фирмы, внедряющее инновации, эффект которых содержит фактор неопределенности. Рискованными их называют по объективным причинам, ведь деятельность этих предприятий связана с риском. Исходя из статистики, следует, что капитал, вложенный в реализацию

инновационных проектов, в 15% случаев теряется полностью, в 25% приносит колоссальные убытки, а в 30% приносит довольно скромную прибыль. Оставшихся 30% случаев, данная деятельность не только приносит успех, но и покрывает все затраты в многократном размере. Успех данной деятельности зависит от трех факторов. Первый фактор, это финансирование, далеко не все готовы вложить капитал, на заведомо сомнительную деятельность, которая не только не даёт никаких гарантий на успех, но и предполагает огромный шанс потерпеть неудачу. Второе, это собственно сама идея, инновация, а так же её будущая конкурентоспособность. Ведь мало новой технологии, гораздо большее значение имеет то, насколько она будет конкурентоспособна. К третьему относится знание как коммерциализировать инновацию, то есть умение заинтересовать людей в этой самой инновации [1].

Разобравшись с тем, что есть венчурные предприятия, мы переходим к их видам и формам. Они могут быть трех типов – это корпоративные, внутренние венчуры и самостоятельные венчурные предприятия.

Корпоративные венчурные структуры предназначены расширить приток на предприятия новых идей и технологий извне, что позволит ускорить процессы модернизации и обновления продукции и в конечном итоге повысить конкурентоспособность предприятий на рынке. Создание корпоративных венчурных структур – это прерогатива самих предприятий.

Внутренние венчуры – это относительно независимые предприятия. Создаются они в составе крупных объединений компаний. Решение о создании внутреннего венчура принимается руководством предприятия и его деятельность контролирует непосредственно один из руководителей. В этом случае подразделения получают самостоятельность на выбор направления своих исследований, а так же на подбор персонала и организацию самого предприятия. А поскольку внутренние венчуры создаются лишь по решению руководства данных объединений, то и помимо юридической самостоятельности, они получают и финансовую самостоятельность [2].

Самостоятельные венчурные предприятия, как следует из их названия, обладают большей самостоятельностью. Их деятельность, направленная на создание и коммерциализацию абсолютно новых инноваций. Свою деятельность они проводят либо по собственной инициативе, либо по инициативе заказчика. Заказчиком, как правило, выступает физическое лицо, однако поддержанное юридическим. За рубежом, данный вид компаний получил большее распространение [3].

Исходя из выше описанного, можно сделать вывод, что для Российской Федерации больше подходит самостоятельный вид венчур-

ных предприятий. Поскольку корпоративный вид характерен больше для стран Европы, а внутренние венчуры не коим образом не помогают развитию компаний-стартаперов, у которых дела в РФ обстоят не лучшим образом. Самостоятельный вид венчура, даст полный карт-бланш новым бизнесменам и полностью «отрежет» их от зависимости руководства свыше, позволив реализовать свои свежие идеи в полной мере.

### **Список использованных источников**

1. Венчурные фирмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-51825.html> (Дата обращения: 08.03.2017). – Название с экрана.

2. Виды венчурных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://helpiks.org/6-17479.html> (Дата обращения: 08.03.2017). – Название с экрана.

3. Венчурный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/66555/venchurnyy-biznes-chto-eto> (Дата обращения: 08.03.2017). – Название с экрана.

**Хомутовская Яна Николаевна**  
**к. э. н., старший преподаватель**  
**Заклинская Наталия Ивановна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **ЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ РАСЧЕТОВ И ПЛАТЕЖЕЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Платежная система представляет собой сложный механизм, включающий комплекс аппаратных и программных средств, является своеобразным связующим звеном между населением, хозяйствующими субъектами и банками. Понятие «платежная система» появилось в научных исследованиях отечественных и зарубежных учёных относительно недавно. В табл. 1 представлены мнения различных авторов о такой категории как «платежная система».

**Таблица 1 – Понятие платежной системы**

Автор	Определение платежной системы
М.П. Березина	определяет платежную систему как совокупность законодательно регулируемых элементов, обеспечивающих выполнение долговых обязательств, возникающих в процессе экономической деятельности [1, с. 31].
В.М. Уоскин	рассматривает платежную систему как «совокупность инструментов и методов, применяемых для перевода денег, осуществления расчетов и урегулирования долговых обязательств между участниками экономического оборота» [2, с. 6].
О.В.Соколова	предлагает рассмотреть платежную систему как определенную совокупность организаций и процедур, используемых для обеспечения обращения денежных средств или обязательств в денежной форме в конкретной географической зоне, обычно стране [3, с. 141].
Б.Д. Саммерс	утверждает, «что платежная система, представляющая собой ряд правил, учреждений и технических механизмов для перевода денег, является неотъемлемой частью денежно-кредитной системы» [4, с. 11].

Таким образом, в современной экономике платежная система рассматривается как «совокупность инструментов, методов и реализующих их субъектов, которые обеспечивают в рамках системы требования с целью применения платежного инструмента в качестве платежного средства» [5, с. 4].

В настоящее время глобальные платежные системы основываются на широком спектре платежных соглашений, простейшие из которых представлены двухсторонними, а более сложные могут включать свыше ста участников. Текущая ситуация в этой области характеризуется информационным разрывом между развитыми странами и остальным миром.

Проблема управления безопасностью в условиях использования новых информационных технологий в платежных системах оказалась в центре внимания международного сообщества, рассматривалась на сессии экономического и социального совета ООН, является постоянной заботой Комитета по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов.

Проблемы надежности платежных систем выходят за пределы границ внутренних интересов стран, так как вследствие глобализации увеличивается взаимозависимость государственных экономик от всемирных экономических рынков и интернациональных платежных систем. Надежность платежной системы чрезвычайно значима для результативного функционирования экономического рынка.

Платежная система влияет на спрос и предложение денег, представляет собой средство реализации денежно-кредитной политики. Несоблюдение нормативных правил функционирования платежной системы может привести к серьезным последствиям для экономической системы страны.

Еще одна из основных проблем заключается в разработке и соблюдении единых норм проведения платежей и правил обслуживания. Вследствие развития технологий и средств автоматизации платежных операций, появления новых технологических схем проведения расчетов, законодательная база остается во многом неточной, а местами и противоречивой. Это может привести к несвоевременному проведению платежей, к потере финансовых средств банков и их клиентов, может серьезно затруднить функционирование, как отдельных экономических субъектов, так и целых отраслей экономики. Для устранения пробелов в законодательстве Центральным (Государственным) банком и Правительством проводится постоянная работа по мониторингу возникающих проблем, выпуску нормативных актов, способствующих их разрешению, принимаются меры по разработке необходимых законодательных предложений и доведению их до органов государственной власти.

Таким образом, значение системы расчетов и платежей в национальной экономике нельзя недооценивать. Эффективно функционирующие платежные системы повышают устойчивость экономики государства путем увеличения результативности применения финансовых ресурсов, содействия реализации денежно-кредитной политики и путем увеличения ликвидности финансового рынка.

Роль платежной системы заключается также в обеспечении своевременного и эффективного перевода денег между потребителем и поставщиком товаров и услуг, что способствует своевременному выполнению обязательств, принятых в результате экономической и финансовой деятельности. В связи с этим эффективность функционирования финансовых рынков и банковского сектора экономики во многом зависит от действующей в стране платежной системы.

### **Список использованных источников**

1. Березина М.П. Вопросы теории безналичных расчетов // Банковское дело / М.П. Березина. – М.: Банковское дело, 1998. – №8. – 220 с.
2. Усоскин В.М. Банковские пластиковые карточки / В.М. Усоскин. – М.: Вазар-Ферра, 1995. – 36 с.
3. Соколова О.В. Финансы, деньги, кредит: учебник / под ред. О.В. Соколовой. – М.: Юристъ, 2001. – 348 с.
4. Платежная система: структура, управление и контроль: пер. с англ. / под ред. Б. Дж. Саммерса. – Вашингтон: МВФ, 1994. – 156 с.

5. Быстрякова А.Я. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы: монография / А.Я. Быстрякова, Ф.Н. Ахмедов, Е.А. Морозова и др.; под ред. А.Я. Бстряковой. – Проспект, 2016. – 280 с.

**Хомутовская Яна Николаевна**  
**к. э. н., старший преподаватель**  
**Нескоровная Эвелина Ивановна**  
**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Необходимым условием для реализации предприятием своей производственной деятельности является повышение рентабельности оборотных активов, которые направлены на постоянное движение денежных средств на всех стадиях кругооборота. Оборотные активы обеспечивают потребности производства в денежных и материальных ресурсах. Механизм оптимизации оборотных активов отображает преимущественно содержательную часть краткосрочной финансовой политики предприятия.

Наличие у предприятия достаточного объема оборотных активов является необходимой предпосылкой для его нормального функционирования в условиях нестабильности экономики. Целесообразное и плодотворное использование оборотных активов благоприятствует повышению финансовой стабильности предприятия и его состоятельности.

Актуальность данной темы состоит в том, что от управления оборотными активами, их структуры и уровня использования в большей степени зависит эффективность функционирования и устойчивость предприятия.

Целью исследования является состояние управления оборотными активами, расширенный анализ подходов к механизму успешного функционирования предприятий и всей экономики в целом.

Регулирование оборотными активами предприятия нацелено на их формирование в обязательном и достаточном объеме при минимальных затратах, а также совершенствовании эффективности их использования.

К оборотным активам относят: запасы, НДС по приобретенным ценностям, дебиторскую задолженность, финансовые вложения,

денежные эквиваленты и денежные средства, прочие активы удовлетворяющие признаки оборотных активов.

Фонды обращения функционируют в сфере обращения и состоят из остатков готовой продукции. По завершению производственного цикла, стоимость оборотных средств возвращается в составе выручки от реализованной продукции, это формирует возможность систематического возобновления процесса производства, который реализуется путем непрерывного кругооборота денежных средств предприятия [1, с. 496].

Основные производственные фонды представляют собой средства труда, фигурирующие в процессе производства продолжительное время и сберегающие при этом свою исходную форму. Стоимость их перемещается на готовую продукцию частями, по объёму потери потребительской стоимости.

Фонды обращения состоят из следующих элементов: товары отпущенные, но без платы; денежные средства на счетах и в кассе; дебиторская задолженность; средства в прочих расчетах.

Оборотные активы должны создавать производственную и финансовую потребность предприятия, но одновременно соблюдать необходимый уровень платежеспособности предприятия. Сохранение такого равновесия гарантирует налаженный и фиксированный процесс производства продукции и деятельности предприятия в целом.

Оборотный капитал рассчитывают традиционно. Показатели, описывающие эффективность использования оборотных активов называются коэффициентами оборачиваемости или показателями деловой активности. Характеризуют деловую активность также периоды оборачиваемости, как всех оборотных средств, так и их составляющих.

Существуют различные примеры систематизации оборотного капитала со стороны финансового управления: по видам, по степени ликвидности, по характеру создания финансовых источников, по характеру участия в товарообмене, по периоду функционирования оборотных активов.

Управление оборотными активами представляет собой постоянный процесс, при котором предприятие ставит своей целью максимально, но без вреда для своей деятельности, уменьшить срок обращения денежных средств, финансовый круг, так как это увеличивает прибыль, и снижает необходимость привлечения внешних ресурсов финансирования [2, с. 608].

Финансовый цикл следует уменьшить путем:

– списания товарно-материальных запасов за счет более быстрого производства и продажи товаров;

- понижения обращения дебиторской задолженности за счет ускорения расчетов (жесткая кредитная политика и процесс оценки);
- усиления обращения кредиторской задолженности (задержка расчетов за полученные ресурсы).

Проведение этих мероприятий необходимо, чтобы сложилась тенденция к росту себестоимости продукции или для сокращения выручки от реализации.

Управление предприятием рассматривает теорию принципиальных подходов к существованию оборотных активов. К ним относят:

1. Консервативный подход, предусматривающий удовлетворение текущих потребностей и обеспечивающий нормальный ход операционной деятельности, отвечает за минимизацию операционных и финансовых рисков.

2. Умеренный подход, который направлен на эффективность использования финансовых ресурсов и страховых рисков на случай угрозы операционной деятельности предприятия.

3. Агрессивный подход, заключающийся в формировании всех форм страховых резервов по отдельным видам активов, обеспечивает высокий уровень эффективности предприятия [3, с. 476].

Принципиальные подходы отражают различные отношения уровня эффективности использования ресурсов, в основном определяют сумму всех оборотных активов предприятия.

Таким образом, управление оборотными активами предполагает определенные подходы к управлению каждым видом оборотных активов. Важной задачей управления оборотными активами является формирование оптимального обеспечения объема оборотных средств с позиции эффективного функционирования предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия: учебник / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2011. – 496 с.
2. Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. – 4-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2009. – 608 с.
3. Жарковская Е.П. Антикризисное управление: учебник для студентов вузов. 7-е изд., испр. и доп. / Е.П. Жарковская, Б.Е. Бродский, И.Б. Бродский. – М.: Издательство «Омега-Л», 2011. – 467 с.



**Хомутовская Яна Николаевна**  
**к. э. н., старший преподаватель**  
**Спицына Алина Руслановна**  
**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Проблема формирования собственного капитала в настоящее время является актуальной в связи с кризисными явлениями в мировой экономике. Собственный капитал представляет собой основу финансовой устойчивости и стабильного функционирования любого коммерческого предприятия. В последние годы уделяется все большее внимание данному показателю, а так же меняется подход к учёту собственного капитала, так как он играет значимую роль в анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Цель исследования состоит в изучении механизма формирования и управления собственным капиталом предприятия, выявлении возможных резервов накопления собственных средств предприятия.

Собственный капитал характеризует общую стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на праве собственности, и которые используются им для формирования определенной части активов. Эта часть актива, сформированная за счет инвестированного в них собственного капитала, представляет собой чистые активы предприятия.

Собственный капитал представляет собой реализованные в чистых активах средства предприятия, вложенные его учредителями или участниками, а также накопленные (утраченные) в процессе деятельности финансовые результаты, т.е. прибыли и убытки, полученные за всё время существования предприятия [1, с. 28–30].

Собственный капитал состоит из уставного, добавочного и резервного капитала, нераспределенной прибыли и целевых (специальных) фондов.

Уставный капитал является первоначальным, исходным капиталом при формировании самого предприятия как самостоятельной единицы хозяйствования, на его основе формируется большая часть фондов, денежных средств предприятия. Уставный капитал представляет собой совокупность вкладов, взносов учредителей при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенными учредительными документами.

Резервный капитал формируется в соответствии с установленным законом порядком и имеет строго целевое назначение. В условиях рыночной экономики он выступает в качестве страхового фонда, создаваемого для возмещения убытков и защиты интересов третьих лиц в случае дефицитности выгоды предприятия до того, как станет меньше уставный капитал.

Добавочный капитал может быть использован на увеличение уставного капитала, погашение балансового убытка за отчетный год, а также распределен между учредителями предприятия и на другие цели [2, с. 176].

Целью управления основным капиталом предприятия и эффективностью его использования является поиск резервов для повышения рентабельности и усиления коммерческого расчета как основы стабильной работы предприятия, укрепление финансовой устойчивости. К основным направлениям управления капиталом предприятия относят инвестиции и оценку их эффективности, работу с источниками финансирования, управление основным и оборотным капиталом, финансовое планирование, анализ и контроль финансовой деятельности.

Основными задачами управления собственным капиталом являются:

- определение целесообразного размера собственного капитала;
- увеличение при необходимости размера собственного капитала за счет нераспределенной прибыли или дополнительного выпуска акций;
- определение рациональной структуры вновь выпускаемых акций;
- определение и реализация дивидендной политики.

Повышение эффективности управления собственным капиталом стимулируется с одной стороны стремлением к улучшению финансовых результатов деятельности предприятия и росту благосостояния его собственников, с другой стороны – зависимостью предприятия от внешнего экономического окружения, оценивающего его деятельность со стороны и образующего систему хозяйственных взаимосвязей с ним [3, с. 67].

К важной части механизма управления капиталом на предприятии относят методы его анализа. Анализ управления собственным капиталом представляет собой процесс изучения эффективности использования и формирования капитала с целью выявления резервов его использования и обеспечения эффективного развития предприятия. Выделяют следующие методы анализа, позволяющие изучить эффективность работы предприятия:

Горизонтальный (трендовый) анализ, подразумевает изучение динамики отдельных финансовых показателей во времени.

Вертикальный (структурный) анализ базируется на структурном разложении отдельных видов показателей.

Сравнительный анализ, основывается на сопоставлении значений отдельных групп аналогичных показателей между собой.

Анализ финансовых коэффициентов базируется на расчете соотношения различных абсолютных показателей финансовой деятельности предприятия между собой.

В процессе управления капиталом недостаточно оптимизировать структуру только собственного капитала, необходимо также сформировать показатель целевой структуры всего капитала. Данный процесс оптимизации основывается на трех критериях:

1. Критерий максимизации уровня рентабельности.
2. Критерий минимизации стоимости капитала.
3. Критерий минимизации финансовых рисков.

С учётом критериев оптимизации многие предприятия могут достичь необходимого уровня финансовой устойчивости, обеспечить высокую степень развития, снизить факторы риска и вывести производство на более эффективный уровень. Соотношение между собственными и заемными источниками средств является ключевым показателем, характеризующим степень риска инвестирования финансовых ресурсов в предприятие. Одна из важнейших характеристик финансового состояния предприятия – это стабильность его деятельности в долгосрочной перспективе. Она связана с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов [4, с. 86–89].

Таким образом, основная цель финансовой работы, проводимой на предприятии, заключается в повышении эффективности управления. Выбор лучшего варианта управленческого решения – заключительная стадия процесса управления собственным капиталом, которая не становится от этого менее важной, но от которой зависит эффективность деятельности самого предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Вахрин П.И. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях: учебное пособие / П.И. Вахрин. – М.: ИКЦ «Маркетинг», 2011. – С. 28–30.

2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: ФиС, 2012. – 176 с.

3. Кокин А.С. Методология и практика финансового менеджмента: учебно-методическое пособие. В 3 ч. Ч. I / А.С. Кокин,

В.Н. Ясенов, Н.И. Яшина. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2010. – С. 67.

4. Большаков С.В. Финансы предприятий: собственный капитал: учебник для ВУЗов / С.В. Большаков. – М.: ЮНИТИ, 2002. – С. 86–89.

**Хомутовская Яна Николаевна**  
**к. э. н., старший преподаватель**  
**Чекризова Виктория Викторовна**  
**студентка**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ОРГАНИЗАЦИИ**

Под термином «основные средства» понимаются средства труда, непосредственно применяемые в процессе производства и используемые для постепенного извлечения прибыли [3]. Основные средства являются наиболее стабильной частью имущества организации. От их состояния и рационального использования зависят основные показатели финансово-хозяйственной деятельности организации и её финансовое положение. От эффективного управления основными средствами во многом зависит общая результативность деятельности организации.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в условиях рыночных отношений на первое место ставятся такие вопросы, как качество, технический уровень, надежность продукции, что целиком зависит от качественного состояния основных средств организации и их эффективного использования, так как улучшение качества средств труда обеспечивает основную часть роста эффективности всего производственного процесса.

Целью публикации является изучение причин изношенности основных фондов организации и разработка комплекс мероприятий по повышению эффективности использования основных фондов.

Любая организация должна стремиться к повышению эффективности использования своих основных производственных фондов, что является залогом увеличения производства продукции, в конечном итоге это приведет к увеличению доходов, а, следовательно, к повышению уровня рентабельности. Кроме того, при эффективном использовании основных фондов снижается потребность в них, что ведет к экономии, то есть минимизации производственных затрат [2, с. 61].

Данную проблематику изучали следующие ученые и исследователи: В.В. Ковалев, В.П. Бланк, А.Д. Шеремет и др. Для повышения эффективности использования основных средств, требуется разработка и реализация целевых программ по интенсификации и развитию производства. Имеющаяся в большинстве организаций техника, оборудование и другие фонды по всем основным параметрам очень низкого качества и уже давно нуждаются в модернизации.

Важным условием повышения экономической эффективности использования основных средств является совершенствование их структуры. Структура основных средств организаций определяется экономическими и природными условиями, специализацией, а также общим уровнем развития материально-технической базы. Соблюдение определенных пропорций между элементами основных фондов, обусловленных их ролью в производстве, является одним из основных условий эффективного функционирования организации [1, с. 51].

Для уменьшения степени износа и повышения эффективности использования основных фондов организация может использовать следующие пути:

- снижение затрат на производство;
- приобретение новой техники с целью снижения затрат на текущий и капитальный ремонт;
- увеличение сменности работы оборудования;
- увеличение степени использования мощности оборудования;
- сокращение внутрисменных простоев;
- повышение квалификации пользователей;
- повышение уровня организации ухода за фондами;
- повышение качества трудовой дисциплины;
- обеспечение производства необходимым числом рабочих;
- обеспеченность материалами и инвентарем и т.д.

Сегодня существует множество показателей, характеризующих эффективность использования основных средств организации. Все они отражают реальную информацию о состоянии организации, позволяют осуществлять стратегическое планирование с максимально положительным результатом.

Комплекс мероприятий, направленный на улучшение использования производственных мощностей и основных фондов, должен предусматривать обеспечение роста объемов производства продукции, прежде всего, за счет более полного и эффективного использования внутрихозяйственных резервов, т. е. путем более полного использования машин и оборудования, повышения коэффициента сменности, ликвидации простоев, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей, дальнейшей интенсификации производственных

процессов, так как в условиях рыночной экономики только сильная организация с мощной технической базой и современным оборудованием в состоянии конкурировать с другими организациями.

### **Список использованных источников**

1. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: учебник для вузов / Л.Т. Гиляровская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 318 с.
2. Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Л.Л. Ермолович. – Мн.: БГЭУ, 2005. – 363 с.
3. Какие показатели характеризуют эффективность использования основных средств. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://buhonline24.ru/buhgalterskij-uchet/vneoborotnye-aktivy/osnovnye-sredstva/jeffektivnost-ispolzovaniya-osnovnyh-sredstv.html> (Дата обращения: 07.02.2017). – Название с экрана.

**Червяк Юлия Петровна**  
**ассистент кафедры учёта,**  
**финансов и банковского дела**  
**Апкарян Карен Араратович**  
**студент**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

Одним из направлений реформирования экономики и развития рыночных отношений является повышение конкурентоспособности предприятий. Изучение и анализ современной экономической литературы свидетельствует об отсутствии общей согласованности относительно сущности категории «конкурентоспособность», а также о существовании большого количества методов относительно определения её уровня.

Среди известных западных авторов, которые посвятили свои труды проблемам конкурентоспособности предприятий, как в условиях развитых рыночных систем, так и транзитивных экономик, можно назвать Дж. Даннинг, Г. Дорнбуша, Я. Корнаи, Д. Нордса, М. Портера, А. Ругмана и других учёных. Общетеоретические и практические вопросы конкурентоспособности экономики, освещались в трудах известных отечественных учёных: О. Белоруса, В. Будкина, В. Бабича, В. Вергуна, А. Власюка, Н. Дудченко, Я. Жалела, Ю. Иванова, М. Кизима, Д. Лукьяненко, А. Мозгового, В. Новицкого, В. Онищенко,

Ю. Пахомова, Л. Поддубной, А. Поручика, А. Румянцева, В. Сиденко, А. Сухорукова, Н. Татаренко, А. Филипенко, Н. Якубовского и других авторов.

В жесткой международной конкурентной среде предприятия могут эффективно функционировать благодаря формированию механизма обеспечения устойчивого положения на международном рынке. Экономическая устойчивость в большинстве обеспечивает достижение устойчивости и в других направлениях функционирования предприятия. Экономическую устойчивость предприятий на международном конкурентном рынке современная теория и практика сочетает с обеспечением конкурентоспособности.

Понятие конкурентоспособности предприятия невероятно многогранно, и включает в себя не только лишь ценовые и качественные составляющие выпускаемой продукции и зависит не только от уровня управления данным предприятием, а также от системы управления финансовой деятельностью. Конкурентоспособность является решающим фактором коммерческого успеха для субъектов хозяйствования в рыночной экономике.

Исследуя проблему конкурентоспособности любого объекта, следует отметить, что эта категория имеет смысл только в условиях конкуренции. И именно развитие конкуренции создает условия для укрепления конкурентоспособности различных объектов. Конкуренция является одним из важнейших элементов рыночного механизма. Существование и устойчивое развитие любой экономической системы порождают проблему взаимодействия экономических субъектов. Координацию действий независимых экономических субъектов в рыночной экономической системе выполняет рыночный механизм через конкуренцию, систему цен, спрос и предложение. Конкуренция имеет отрицательные и положительные черты. Длительное время в нашей стране делался упор в основном на негативные последствия конкуренции: вытеснение мелких производителей большим капиталом, разорение одних и обогащение других, усиление социальной несправедливости, значительный рост имущественной дифференциации населения, обострение безработицы, инфляция и тому подобное.

Устойчивую деятельность предприятий, в условиях неопределенности, можно обеспечить за счет инновационной деятельности, поиска новых решений и идей. Для успешного существования и устойчивого развития, предприятия должны быть конкурентоспособными не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Таким образом, для достижения конкурентоспособности предприятию в условиях неопределенности необходимо иметь преимущества не только за счет лидирования по затратам или цене, но и по внедрению новых идей, как

в производственной сфере, так и в управлении, а также стратегическом развитии.

Следовательно, только постоянное совершенствование, поиск нового, использование новейших технологий и методов организации производства и управления помогут предприятиям в условиях неопределенности достичь и удержать устойчивое положение на конкурентном рынке.

### **Список использованных источников**

1. Абрамова И. Особенности национальной конкуренции / И. Абрамова // Управление компанией, 2011. – №4 (47). – С. 21–24.

2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2008. – 892 с.

3. Янковський М.А. Управління конкурентоспроможністю підприємства на світових ринках: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / НАНУ інс. екон. пром. – Д., 2011. – 19 с.

**Червяк Юлия Петровна**  
**ассистент кафедры финансов, учёта и банковского дела**  
**Дрозд Анастасия Романовна**  
**студентка**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **БЕЗРАБОТИЦА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ОБЩЕСТВА**

Проблема безработицы занимает важное место в современном экономическом обществе, так как её последствия серьезно влияют на экономику страны в целом.

Данную тему изучали многие ученые. Понятие безработицы широко использовалось и разрабатывалось такими великими экономистами, как В.В. Ивантером, К.Р. Макконнеллом, Дж.М. Кейнс, П.А. Самуэльсон, Б.Д. Бреевым и другими.

Безработица – социально-экономическое явление, которое выражается в отсутствии занятости у большей части экономически активного населения, которое способно и желает трудиться.

Влияние безработицы на экономику проявляется в её последствиях, таких как: снижение уровня доходов, экономические последствия,



которые выражаются в потере ВВП, ухудшение криминальной обстановки в обществе, изменение ситуации на рынке труда, снижение уровня обеспеченности населения.

Отрицательные последствия безработицы проявляются как на уровне общества, так и на каждом конкретном человеке, который потерял работу.

«Безработный, пусть даже он обеспечен достойным пособием, опасен. Особенно в России», – отмечает академик В.В. Ивантер.

На психологическом уровне для конкретного человека потеря работы является ситуацией личностного кризиса.

Безработица является неотъемлемым и естественным явлением рыночного хозяйства любого государства.

Она способствует [2; 3]:

– улучшению качества рабочей силы, её конкурентоспособности как товара;

– формированию нового мотивационного процесса и соответствующего отношения к труду;

– усилению связи человека с трудом;

– наличию трудового резерва на случай необходимости быстрого расширения нового производства.

Неизбежны фрикционная и структурная безработицы, они образуют естественный уровень безработицы, который в экономически развитых странах с 1980-х гг. оценивается в 7%.

Несмотря на то, что безработицу нельзя исключить из экономики, возможным считается регулировать её уровень, для этого существует комплекс мероприятий, который призван осуществлять данную деятельность.

Методы борьбы с безработицей определяются властями конкретного государства [5]. Последствия безработицы носят отрицательный характер для развития экономики любой страны и непосредственно для самого человека. Поэтому существуют следующие законодательные и экономические меры по снижению уровня безработицы:

– стимулирование роста занятости, увеличение числа рабочих мест через использование таких финансовых инструментов, как льготное налогообложение и кредитование;

– заинтересованность населения в самозанятости;

– расширение форм, сфер и условий профессиональной подготовки работников;

– изменение ограничений, связанных с трудовой эмиграцией;

– активное применение в государственном и частном секторах экономики гибких форм занятости и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что безработица – это социально-экономическое явление, которое имеет неоднозначный характер. Безусловно, что в большей степени безработица является негативным явлением в экономике, но исключить его невозможно, это показывает её естественный уровень в стране. Но с другой стороны безработица также имеет и положительные черты, она способствует улучшению качества рабочей силы, формированию мотивационного процесса и соответствующего отношения работника к труду. Поэтому одной из важных задач государства является недопущение высокого уровня безработицы в стране, так как это влечет за собой серьезные негативные последствия для экономики в целом.

### **Список использованных источников**

1. Материалы Международной научной конференции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/182/2004> (Дата обращения: 07.02.2017).

2. Занятость и безработица: монография [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b13\\_01/IssWWW.exe/Stg/d07/3-2.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_01/IssWWW.exe/Stg/d07/3-2.htm) (Дата обращения: 07.02.2017).

3. Рынок труда, проблемы и тенденции развития: монография [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/182/rossiyskiy-gynok-truda-problemy-i-tendentsii.pdf> (Дата обращения: 08.02.2017).

4. Инвестиции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2014/01/17/investicii.html> (Дата обращения: 05.02.2017).

5. Проблема занятости и безработных: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/182/problema-zanyatosti-i-bezrobotitsy.pdf> (Дата обращения: 07.02.2017).

**Червяк Юлия Петровна**  
**ассистент кафедры финансов, учёта и банковского дела**  
**Звягинцева Юлия Александровна**  
**студентка**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ**

На развитие рынка ценных бумаг значительно влияет экономическая и политическая нестабильность, нарастающие инфляционные тенденции, дефицит государственного бюджета, нехватка квалифицированных кадров, а так же недостаточная грамотность населения в отношении практической работы с ценными бумагами.

Рынок ценных бумаг – это важный элемент экономики любого государства. Он является неотделимой частью финансового рынка, нацелен на аккумуляцию финансовых ресурсов и обеспечение их эффективного перераспределения путем совершения операций с ценными бумагами. Рынок ценных бумаг исполняет роль альтернативного источника финансирования; при этом он реконструируется и развивается согласно востребованности рыночной экономики.

Анализ методологических убеждений в отношении рынка ценных бумаг можно начать с представителей классической экономической школы – Адам Смит, Джон Стюарт Милль. Исследования классической школы носили объяснительный характер, в них рассматривались разобщенные виды ценных бумаг. Данная школа упоминала ценные бумаги в контексте денег или кредита; это объясняется периодом времени, который соответствовал зарождению экономической науки и уровню экономического развития. Значительное место нашло свое отражение в работах К. Маркса, развитие в трудах Дж.М. Кейнса [1].

В данный момент одним из наиболее подвижных финансовых инструментов является освоение ценных бумаг. Рынок ценных бумаг (фондовый рынок) – является основной частью финансового рынка и представляет собой систему отношений купли-продажи ценных бумаг и выполняет ряд важнейших макро- и микроэкономических функций. Рынок ценных бумаг является важнейшим инструментом государственной финансовой политики, благодаря которой государство влияет на денежную массу и, следовательно, на увеличение или сокращение уровня ВВП [5].

Основной целью функционирования рынка ценных бумаг является обеспечение наличия механизма для эффективного привлечения

инвестиций в экономику (оформленных в виде ценных бумаг) путем выявления необходимых контактов между теми, кто нуждается в средствах, и теми, кто хотел бы инвестировать излишний доход.

Рынок ценных бумаг располагает рядом функций, которые условно можно разделить на две группы:

1) общеэкономические: коммерческая, ценовая, информационная, регулирующая;

2) специфические: перераспределительная, страхование ценовых и финансовых рисков (хеджирование).

Перед рынком стоят predetermined задачи, при выполнении которых, будет действовать полная свобода передвижения инвестиций. Такого рода свобода называется ликвидностью. Ликвидность же может существовать только при условии наличия такого числа покупателей и продавцов, которое будет достаточным для того, чтобы удовлетворять требованиям, для этого необходимы торговые системы, которые позволяли бы покупателям и продавцам находить друг друга относительно легко [2].

Нормативно-первичный рынок ценных бумаг складывается как отношения, сформированные при эмиссии или при заключении соглашений между лицами, которые принимают на себя обязательства по прочим ценным бумагам, и первыми инвесторами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, а также их представителями. Следовательно, первичный рынок – это рынок первых и повторных эмиссий ценных бумаг, на котором выполняется их распределение на начальном этапе среди инвесторов. Главной особенностью первичного рынка является точное и завершённое раскрытие информации для инвесторов, дающее возможность сделать обоснованный выбор ценной бумаги для вложения денежных средств. Механизм вторичного рынка весьма затейливый.

Более незначительной стороной рынка ценных бумаг является его некая подверженность не только экономическим, но и политическим изменениям, заставляющим его работать эффективнее, если проводить параллель с рынком капиталов и прочими рыночными механизмами.

Рынок ценных бумаг подвергается управлению двух сторон, как со стороны государства, так и со стороны самостоятельных организаций – профессиональных участников рынка ценных бумаг.

Рынок ценных бумаг, являясь одной из комплектующих рыночной экономики, насчитывает особые возможности через свои механизмы привлекать инвестиционные ресурсы в целях экономического роста, развития научно-технического прогресса, инновационной деятельности, исследование новых производств. Можно сказать, что

рынок ценных бумаг нуждается в усовершенствовании с целью увеличения его воздействия на экономический рост государства [3].

В заключение, можно осветить ряд основных моментов, связанных с проблемой обращения ценных бумаг:

1. Рынок ценных бумаг совершенствуется и движется по своим законам, выявляемым спецификой фиктивного капитала, но в то же время вплотную увязан с рынком капитала.

2. Также можно выделить своеобразие видов и вариации ценных бумаг, а именно акции, облигации, векселя, депозитные сертификаты, государственные обязательства и другие, которые имеют обширное распространение.

Следовательно, рынок ценных бумаг, и ценные бумаги в совокупности представляют собой одно из крайне важных звеньев всего экономического механизма страны.

### **Список использованных источников**

1. Методологические основы исследования рынка ценных бумаг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://refdb.ru/look/1887401.html> (Дата обращения: 11.03.2017). – Название с экрана.

2. Ценные бумаги и фондовый рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/13\\_48338\\_tsennie-bumagi-i-fondoviy-rinok.html](http://studopedia.ru/13_48338_tsennie-bumagi-i-fondoviy-rinok.html) (Дата обращения: 11.03.2017). – Название с экрана.

3. Проблемы и пути совершенствования государственного регулирования рынка ценных бумаг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-puti-sovershenstvovaniya-gosudarstvennogo-regulirovaniya-rynka-tsennyh-bumag> (Дата обращения: 11.03.2017). – Название с экрана.

4. Рынок государственных ценных бумаг в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-gosudarstvennyh-tsennyh-bumag-v-rossii> (Дата обращения: 11.03.2017). – Название с экрана.

5. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-tsennyh-bumag-i-birzhevoe-delo-uchebno-metodicheskoe-posobie> (Дата обращения: 11.03.2017). – Название с экрана.

**Червяк Юлия Петровна**  
**ассистент кафедры финансов, учёта и банковского дела**  
**Мельников Дмитрий Олегович**  
**студент**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Финансовая устойчивость предприятия является важной характеристикой финансовой деятельности предприятия. Когда предприятие является финансово устойчивым, оно имеет весомое преимущество перед другими предприятиями – конкурентами в вопросах привлечения инвестиций, получения кредитов, выбора поставщиков и т.д.

В условиях рыночной экономики проблема управления финансовой устойчивостью предприятия приобретает особую актуальность. Управление финансовой устойчивостью предприятия является одной из наиболее значимых экономических проблем современности, потому как недостаточная финансовая устойчивость предприятия может привести к таким негативным последствиям, как неплатежеспособность предприятия и отсутствие средств, необходимых для развития производства на предприятии.

В теоретическом смысле под механизмом управления финансовой устойчивостью предприятия понимаются мероприятия, которые направлены на распределение и использование финансовых ресурсов для обеспечения условий постоянного эффективного функционирования и развития предприятия под воздействием внутренних и внешних факторов. В практическом смысле, механизм управления финансовой устойчивостью, представляет собой процесс, состоящий из очередности следующих мероприятий: оценка финансовой устойчивости организации и определения её типа; исследование и определение степени влияния на финансовую устойчивость взаимосвязанных внутренних и внешних факторов; разработка модели финансовой устойчивости предприятия с комплексом мероприятий по эффективному управлению финансовыми ресурсами и реализация данных мероприятий [4].

В современных реалиях существуют некоторые сложности в обеспечении и управлении финансовой устойчивостью предприятия. Это обусловлено сложностью и неоднозначностью трактовки самого понятия «финансовая устойчивость», выделения её отдельных факторов, и применения методов анализа финансовой устойчивости предприятия. О.В. Вишневская рассматривает понятие финансовой

устойчивости как «объективное финансовое состояние предприятия, когда собственные средства превышают внеоборотные активы, запасы и затраты» [2]. Данное определение отражает лишь одно из многих состояний финансовой устойчивости, а именно – абсолютную устойчивость, т.е. то состояние, при котором предприятию не угрожает потеря независимости в финансовом плане, а имеющиеся финансовые риски сведены к минимуму. Исследователь А.В. Киров рассматривает данное понятие как некую способность предприятия сохранять свое нормальное финансовое состояние при воздействии различных неблагоприятных факторов внешней и внутренней среды за счет построения оптимальной структуры капитала и активов, соотношения между активами и источниками их формирования, а также за счет рационального использования своих ресурсов [3]. Понятие финансовой устойчивости является многогранным в отличие от понятий «платежеспособность» и «кредитоспособность», потому как оно включает в себя исследование и оценку различных сторон деятельности предприятия.

Для эффективного управления финансовой устойчивостью предприятия необходимо уделить должное внимание поиску факторов, которые, так или иначе, влияют на финансовую устойчивость предприятия. Основанием для классификации данных факторов могут быть различные признаки. В таблице 1 представлена классификация факторов на внешние и внутренние [5].

**Таблица 1 – Классификация финансовой устойчивости предприятия**

Внутренние факторы	Внешние факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– выбор состава и структуры выпускаемой продукции (услуг);</li> <li>– оптимальный состав и структура активов;</li> <li>– состав и структура финансовых ресурсов;</li> <li>– отраслевая принадлежность;</li> <li>– динамика и структура издержек производства;</li> <li>– финансовые ресурсы предприятия.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– финансово-кредитная политика государства;</li> <li>– налоговая политика государства;</li> <li>– инфляция.</li> </ul>

Эффективное управление финансовой устойчивостью предприятия опирается на использование управленческой информации, которая была получена в ходе анализа различных показателей финансовой устойчивости предприятия.

В современной экономической литературе широкое распространение получили два подхода к анализу финансовой устойчивости

предприятия: оценка уровня собственного оборотного капитала предприятия и комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия с акцентом на соотношение собственных и заемных средств. По своей сути, второй метод является продолжением первого метода, но объект анализа несколько расширяется. При использовании метода оценки уровня собственного оборотного капитала предприятия, информационной базой служит финансовая отчетность предприятия, а именно баланс предприятия. Второй метод анализа предполагает рассмотрение большего объема информации, например: учётные и внеучётные данные, показатели конкурентов, различные отраслевые и справочные коэффициенты, показатели экономического развития государства.

Данные методы анализа имеют свои преимущества и недостатки. К примеру, второй метод – метод комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия с акцентом на соотношение собственных и заемных средств, имеет большую достоверность выходной информации, но в свою очередь является достаточно трудоемким и может быть рассчитан на экономический отдел, который, как минимум, должен состоять из трех человек [1]. Информация, полученная в ходе использования данного метода анализа, будет указывать на то, что предприятие находится в кризисном состоянии, хотя на самом деле оно является высокорентабельным и находится на стадии подъема своего жизненного цикла.

Подводя итоги, следует сказать, что управление финансовой устойчивостью является важным аспектом работы предприятия. Финансовая устойчивость является гарантией выживаемости и основой стабильного положения предприятия в условиях рыночной экономики. Если предприятие финансово устойчиво, то оно имеет широкий ряд преимуществ перед другими предприятиями того же профиля. Чем выше устойчивость предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск банкротства.

#### **Список использованных источников**

1. Бурцев А.Л. Анализ финансовой устойчивости организации: теория и сфера применения / А.Л. Бурцев // Вестник АГТУ. – Серия: Экономика, 2010. – №1. – С. 254–257.

2. Вишневская О.В. Контроль финансовой устойчивости и текущей ликвидности предприятия по унифицированному графику / О.В. Вишневская // Финансовый менеджмент, 2004. – №3. – С. 3–8.



3. Киров А.В. Управление финансовой устойчивостью предприятия: теоретические аспекты / А.В. Киров. // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология, 2011. – №1. – С. 55-64.

4. Кленова Е.А. Механизм управления финансовой устойчивостью предприятия / Е.А. Кленова // Международный журнал экспериментального образования, 2011. №8. – С. 64-72.

5. Путилова М.Д. Факторы финансовой устойчивости предприятия / М.Д. Путилова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент, 2010. – №20 (196). – С 12-32.

**Червяк Юлия Петровна**  
**ассистент кафедры финансов, учёта и банковского дела**  
**Усачева Юлия Александровна**  
**магистрант**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

Экономика нашей страны развивается в нестабильной политической, социальной и экономической среде при неблагоприятных, а часто – кризисных и экстремальных условиях. Нестабильность в экономике существенно ухудшает перспективы роста предприятий, снижает возможности накопления капитала, необходимого для вложений в производство, особенно в основные фонды. Резкое расслоение населения по уровням дохода приводит к уменьшению как первичного потребительского спроса и объёма рынка конечных продуктов (особенно отечественного производства).

Все риски возникают вследствие действия различных факторов, которые становятся источниками риска. Источники риска по проявлению делятся на две группы: внешние и внутренние. Внешние источники риска формируются во внешней (окружающей) среде системы и полностью исключить их действие невозможно (в отношении предприятия как системы внешними источниками риска выступают природные, политические, социальные, экономические факторы). Внутренние источники риска формируются внутри самой системы. Их наличие и активность значительно зависят от действий субъекта риска (например, на предприятии внутренними источниками риска является персонал, техника, технология).

Источник риска – это факторы (явления, процессы), которые вызывают неопределённость результатов, обусловленных определен-

ными изменениями эндогенного или экзогенного характера или действиями субъектов риска.

Системный подход позволяет определить сущность категории «риск». Смирнова Е. [1] рассматривает риск как динамическое явление, которое находится в постоянном движении и развитии. Такое развитие можно назвать процессом воздействия или влияния на риск. На современном этапе теория и практика управления рисками рассматривают риск не только как нежелательный признак неопределенности будущих событий, но и как источник положительных, прибыльных возможностей, то есть выделяют два типа рисков: риск-негатив и риск-позитив.

Риск – это ситуативная характеристика развития системы в пространстве и времени, которая имеет объективный характер и приводит к изменению равновесной устойчивости системы (или её составляющих), отражает неопределенность реализации целевых задач вследствие воздействия эндогенных и экзогенных факторов и различных вариантов действий (в т.ч. бездействия) субъектов риска.

Риск всегда присущ экономике свободного предпринимательства, поскольку бизнес предполагает грамотное принятие риска с целью получения желаемой отдачи. Избежать экономических рисков полностью невозможно. Они возникают из-за объективных, присущих экономике категорий конфликтности и неопределенности, отсутствия полной информации, невозможности осуществления точного прогноза относительно многих параметров экономических объектов и процессов. Экономический риск рассматривается в контексте процессов принятия решений в условиях неопределенности как совокупность вероятных экономических, политических, а также других благоприятных и неблагоприятных последствий реализации выбранных решений. Кроме того, риск является обязательным атрибутом новаторской, инновационной экономической деятельности [4, с. 46–60].

Риск является неизбежным атрибутом рыночной экономики, поэтому субъекты рынка, стремясь минимизировать потери, должны предусматривать различные типы рисков, источники их возникновения, вероятность наступления, последствия и потери. Однако, как правило, это связано с огромными трудностями. Современная экономическая система является сложной структурой, которая непрерывно развивается и видоизменяется, трансформируя и теряя определенные свойства и элементы, приобретая новые [3, с. 82–101].

В условиях перехода к рыночным механизмам хозяйствования коренным образом меняется роль и место риска как экономического явления в системе управления предприятием. Соответственно, экономический риск – это основная составляющая деятельности субъектов хозяйствования, обусловленная дисбалансом развития

экономических систем в неопределенной среде функционирования и возможностью оценить вероятность достижения заданной цели или отклонения от нее в ситуации неотложного выбора.

Противоречивость риска проявляется в различных аспектах: риск, с одной стороны, ориентирован на получение положительных для системы результатов принятия решений наиболее эффективными способами; с другой стороны, риск может привести к неблагоприятным социально-экономическим последствиям (поскольку оценка и выбор альтернатив основывается на неполной, нечеткой, недостоверной на момент принятия решения информации).

При рыночных отношениях в условиях неопределенности первостепенными элементами риска становятся непредсказуемость конъюнктуры рынка, спроса, цен и других факторов, которые дифференцируют различные воздействия внешней среды на результаты деятельности предприятия. При этом поле деятельности коммерческих структур различных типов и уровней принципиально расширяется, увеличиваются их возможности и степень свободы в процессе принятия управленческих решений, а, следовательно, кардинально возрастает неопределенность, появляется необходимость учёта, анализа и оценки риска в системе управления предприятием.

#### **Список использованных источников**

1. Смирнова Е. Производственный риск: сущность и управление / Е. Смирнова // Управление риском, 2002. – №1. – С. 3–6.
2. Сокиринська І.Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства / І.Г Сокиринська // Фінанси України, 2003. – №1. – С. 88 –95.
3. Івченко І.Ю. Економічні ризики: навч. пос. / І.Ю. Івченко: Центр навчально літератури. – К. – 2004. – 304 с.
4. Цветкова Е.В. Риски в экономической деятельности: учебное пособие / Е.В. Цветкова, И.О. Арлюкова. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 64 с.

## **СПЕЦИФИКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

В современных экономических условиях Донбасского региона на первое место по объёмам оборота денежной массы вышла сфера обращения товарной массы конечного потребительского назначения. В соответствии с этим особое значение приобретают проблемы управления коммерческой деятельностью предприятий, что и сформировало актуальность нашего исследования. Известно, что в пределах двух тысячелетий назад были сформированы первые теории коммерческой деятельности. Ученые и различные экономисты стали уделять внимание этому вопросу с середины 90-х гг. XX в.

Коммерция – это предпринимательская деятельность, которая включает в себя торгово-посредническую деятельность, а также включает в себя участие в продаж товаров и услуг [1]. К тому же, можно отметить, что коммерческая деятельность не ограничивается исключительно закупкой и сбытом. Коммерция охватывает товары и услуги по объекту. При этом она включает в себя товары и услуги, которые требуются для совершения продаж. Следует отметить, что товаропроизводители, финансовые и коммерческие организации являются субъектами коммерции, а также, они принимают непосредственное участие в страховании продаж.

Коммерция в промышленных предприятиях имеет следующие отличия от различных предприятий, которые основаны на торговле кредитованием и страхованием – это наличие производственной инфраструктуры, и создание инфраструктуры сферы потребления.

Следовательно, коммерческая деятельность современного промышленного предприятия включает в себя обеспечение производственного процесса необходимым сырьем и материалами, оборудованием и технологиями; реализацию произведенной продукции; предоставление ассортимента, обладающего конкурентным преимуществом.

Исходя из вышесказанного, необходимо выявить следующие цели:

– обеспечение производственного процесса благодаря поиску надежных поставщиков;

- действия направленные на развитие логистики в сфере сбытовой деятельности, построение взаимовыгодных связей с покупателями;
- разработка конкурентоспособных товаров и продуктов;
- получение прибыли.

Следует отметить основные элементы коммерческой деятельности промышленного предприятия:

- исследование возможных рынков сбыта;
- установление экономических связей с субъектами коммерческой деятельности;
- сбыт;
- расширение ассортимента товаров, привлекающие потребителей;
- расширение рынков сбыта;
- сокращение издержек производства и реализации предлагаемой продукции.

Достижение определенных результатов в различных ситуациях является основной целью коммерческой деятельности на промышленных предприятиях.

Множество промышленных предприятий находятся на начальном этапе по изменению структуры организации управления. Эти сведения за данный период времени. Определенное количество предприятий создали отделы маркетинга, которые развиваются самостоятельно. Но, свои функции они выполняют не в полном объеме. Зачастую, такого рода отделы основываются на изучении рынка, рекламе, обслуживанию клиентов и сбыту [4]. Ориентация по функциям; товарам; рынкам и покупателям; регионам; функциям и товарам; функциям и рынкам; функциям и регионам может специализироваться только лишь организационная структура маркетинга. Структура с данной ориентацией может быть лишь в развитых странах.

Значительное влияние на предприятие оказывает организация закупок материально-технических ресурсов. Почему организация закупок оказывает такое влияние? Ведь, от этого зависит качество продукции, которое производит производство, производительность труда, себестоимость продукции и прибыль. Служба снабжения определяет потребности в материально-технических ресурсах на основе заказов производственных подразделений. Это происходит в условиях рыночных отношений. Производственные подразделения знают практически все, даже что требуется и к какому времени. Но, все же, служба материально-технического обеспечения должна проверять заказы производственных подразделений с точки зрения соответствия заказанных материалов техническим условиям и, кроме того, с учётом имеющихся материальных запасов. Служба материально-технического

обеспечения изучает рынок сырья и материалов с целью возможности закупок более дешевых материально-технических ресурсов, она может накапливать заказы производственных подразделений для того, чтобы закупать материалы экономически обоснованными партиями и получать скидки при покупке больших партий [6].

Чтобы получить максимальную прибыль, предприятию необходимо делать сильный упор на улучшении коммерции на предприятии. Мероприятия, направленные на улучшения коммерции должны разрабатываться на результатах оценки эффективности коммерческой работы и основных её направлений.

### **Список использованных источников**

1. Борисова О.В. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности: авт. дис. ... д-ра экон. наук: Новосибирск, 2013. – 20 с.
2. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова. – М., 2013. – 315 с.
3. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков. – М., 2016. – 425 с.
4. Мамонтов В.Д. К вопросу о необходимости технического перевооружения промышленных предприятий / В.Д. Мамонтов // Социально-экономические явления и процессы. – Тамбов, 2013. – №12. – С. 25–32.
5. Новиков О.А. Коммерческая деятельность производственных предприятий: учебник / О.А. Новиков. – СПб., 2015. – 314 с.
6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – М. – 2014. – 378 с.

**Черноморова Владислава Дмитриевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Актуальность исследуемой проблемы заключается в том, что развитие предприятия не возможно без регулярного технологического переоснащения. Предприятия, которые не внедряют инновации, в скором времени они одерживают распад предприятия так, как её продукция становится не конкурентноспособной. Научно-технический прогресс,

который признан во всем мире как важнейший фактор экономического развития, все чаще связан с понятием инновационного процесса. Это единственный из процессов, который объединяет науку, экономику, технику, управление и предпринимательство.

В современных условиях динамично меняется внешняя среда организации и жизненно необходимым является прогнозирование инноваций. Характерной чертой современного этапа развития экономики является тенденция взаимопроникновения стратегического и инновационного управления. Инновационная деятельность направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и качества товаров и услуг, совершенствование технологии их изготовления, а затем введения и эффективного использования на внутреннем и внешнем рынках. Общая цель инновационной деятельности - это развитие и выживание компании, путем выпуска улучшенное или новой продукции, а так же усовершенствование методов производства, снабжения и сбыта. Роль стратегии в управлении инновационным развитием промышленного предприятия довольно высока, что обуславливает необходимость проведения научных исследований.

Формирование стратегий инновационного развития промышленных предприятий и стратегическое планирование их инновационного развития обычно начинаются с разработки концепции инновационного развития. Концепция – это способ понимания, толкования каких-либо явлений, основное мнение о чем-либо, руководящая идея; продвигающий замысел различных видов деятельности; система связанных между собой и вытекающих один из другого взглядов на различные явления. Концепция инновационного развития определяет на перспективу, что необходимо сохранять, и что необходимо изменять в деятельности предприятия или существующих отношениях, т.е. это система принципов, перспектив и направлений инновационного развития, которые вытекают из миссии, корпоративной стратегии и системы стратегических целей предприятия. Инновационная стратегия должна содержать систему целей инновационного развития и оптимальных методов их достижения.

Принципы инновационного развития достаточно качественно подобраны, систематизированы и описаны. К таким принципам можно отнести следующие: научной обоснованности, непрерывности, комплексности, критериальности, целенаправленности, устойчивости, оптимальности, точности, динамичности, альтернативности, гибкости, устойчивости, оптимальности, адаптивности, стратегической целенаправленности инновационного развития интеграции.

Концепция инновационного развития предприятия разрабатывается с учётом таких факторов:

- миссия развития предприятия;
- инновационный и экономический потенциал;
- сильные и слабые стороны в условиях воздействия внешней среды;
- возможности для роста и ограничения;

На основе концепции и стратегий инновационного развития разрабатывается стратегический план инновационного развития предприятия. В её разработке целесообразно использовать технологию 6 необходимых элементов формирования программ инновационного развития.

Инновации в большинстве случаев, особенно продуктовых и технологических, будут реализовываться в виде проектов, необходимо также определить их перечень, сроки начала и окончания. Необходимо обратить особое внимание на качество проработки данного раздела, поскольку он является основным и остальные разделы разрабатываются исходя из параметров, которые определяются здесь.

Выделяют ключевые качественные и количественные параметры инновационного развития предприятия с их детализацией. К этим параметрам можно отнести:

- прогнозируемые объёмы реализации и выпуска инновационной продукции;
- прогнозируемые объёмы инвестиционных затрат, которые связаны с техническим перевооружением, новым строительством, и модернизацией основных фондов;
- прогнозируемые объёмы инвестиций в финансовые инновации;
- прогнозируемые объёмы инвестиций в организационное развитие;
- прогнозируемые объёмы инвестиций в маркетинг;
- прогнозируемые объёмы текущих затрат на инновационную деятельность.

Можно отметить, что уточненные количественные значения по ряду позиций возможно получить лишь при наличии полноценной системы управленческого учёта инновационной деятельности, которая временно отсутствует, поэтому необходимо задействовать процедуру экспертной оценки.

Исходя из проведенного исследования, нами определяется итеративное планирование, как подход к стратегическому планированию развития промышленного предприятия.



В проведенном исследовании были определены ключевые элементы стратегического управления инновационным развитием промышленного предприятия. На основе исследования существующих подходов к стратегическому планированию инновационного развития промышленных предприятий было выявлено, что в экономической литературе отсутствуют точно определенные содержание и структура стратегических планов инновационного развития. В соответствии с этим, нами предложен новый подход к разработке стратегического плана инновационного развития, определены его структура и содержание.

### **Список использованных источников**

1. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.
2. Никулина О.В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий / О.В. Никулина // Современные технологии управления, 2012. – №5 (17). – С. 85–88.
3. Плотников А.П. Управление инновационным развитием машиностроительных предприятий: монография / А.П. Плотников. – Саратов: Поволж. изд. – полиграф. компания, 2012. – 169 с.
4. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI в. / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2011. – 285 с.
5. Шесть ключевых элементов программы инновационного развития // Вестник Strategy.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [strategy.ru/6-key-elements...innovative-development](http://strategy.ru/6-key-elements...innovative-development) (Дата обращения: 03.01.2017). – Название с экрана.
6. Сухоруков А.В. Стратегии инновационного развития предприятий мебельной промышленности: теоретический аспект: монография. – Саратов: Издательский Дом «Райт-Экспо», 2016. – 174 с.
7. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 304 с.
8. Плотников А.П. Оценка эффективности инновационного развития производственных организаций: монография / А.П. Плотников, В.Н. Суязов. – М.: Восход, 2014. – 164 с.
9. Дорожкина О.К. Стратегическое планирование инновационного развития предприятия / О.К. Дорожкина // Российское предпринимательство. – 2015. – №1. – Вып. 2 (176). – С. 83–88.

## **МОДЕЛЬ ВЫЯВЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ (ЗНАЧИМЫХ) ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях не существует фирм, которые смогли бы обойтись без эффективного использования трудового потенциала. Таким образом, каждая фирма старается найти способы максимально эффективного его использования. Это, как правило, достигается путём введения фирмой в кадровый персонал не просто менеджеров, а менеджеров-лидеров, которые не просто выполняют возложенные на них обязанности, но и мобилизуют и направляют весь кадровый потенциал на максимальное эффективное выполнение задач возложенных на подразделение, отдел.

В связи с этим, проблема исследования лидерских качеств, определяющих возможности руководителя занять лидерское положение в служебном коллективе и эффективно исполнять лидерские функции, приобретает всё большее значение [1].

Исследовали проблемы связанные с выявлением наиболее эффективных лидерских качеств в развитии кадрового потенциала предприятия такие учёные как О.В. Евтихов, Л.В. Кальченко и другие.

Целью исследования является определение наиболее эффективных лидерских качеств.

Согласно с научными исследованиями, проведёнными американским социологом Богардусом Э.С. настоящий лидер должен обладать определённым набором важных черт характера таких как: способность привлекать внимание и наличие отличного чувства юмора. Он считал, что лидера из серой массы выделяет его «энергия, разум и характер» [2]. Богардус Э.С. утверждал, что ключевыми чертами лидера должны быть:

1. Энтузиазм – эта черта предполагает, что лидер всегда верит в хороший результат, что он оптимистичен и никогда не утратит надежду. По его мнению, пессимист никогда не станет хорошим лидером. Для пессимиста любые возможности полны трудностей, оптимист же в каждом препятствии видит открывающиеся возможности. Лидер всегда мыслит позитивно.

2. Надёжность – лидер должен быть честен и открыт. Лидер должен быть достоин доверия тех, кто следует за ним. Он должен быть порядочным человеком.

3. Дисциплинированность – способность требовать от подчинённых выполнения приказов и самому их выполнять.

4. Уверенность – если лидер не верит в себя, никто в него не поверит.

5. Мужество – самый мужественный человек тот, кто больше всех боится.

6. Чувство юмора. Иначе говоря, способность подмечать смешные или странные стороны жизни.

7. Верность. Преданность фирме, работе, подчиненным.

8. Должен активно участвовать в жизни своих подчиненных.

Результаты социологического опроса, проведённого в 1988 году среди 1500 менеджеров европейских компаний, показали, что к наиболее важным лидерским качествам руководителя относят [3]:

1. Способность формировать эффективную команду (96%).

2. Прислушиваться к мнению коллег и подчиненных (93%).

3. Принимать самостоятельные решения (87%).

4. Вовлекать других в осуществление решений (86%).

Так же немаловажную роль для лидера играет его репутация. Так как с плохой репутацией лидеру практически невозможно вести за собой людей. Поэтому настоящий лидер должен быть требовательным к себе, так как его дела и поступки всегда подвергаются обсуждению среди подчинённых [4].

Исходя из приведённых выше научных исследований, к основным лидерским качествам современного менеджера следует отнести: способность привлекать внимание, чувство юмора, энтузиазм, надёжность, дисциплинированность, уверенность, мужество, верность, желание участвовать в жизни подчинённых, способность формировать эффективную команду, умение прислушиваться к мнению коллег и подчинённых, принимать самостоятельные решения, вовлекать других в осуществление решений, требовательность, в том числе и к себе.

В результате проведённого нами исследования можно сделать вывод, что для успешного осуществления профессиональных лидерских функций, руководителям разных уровней управления необходимо обладать набором лидерских качеств. К такому набору качеств должны быть отнесены качества как дисциплинированность, надёжность, способность принимать самостоятельные решения. При этом немаловажными остаются и такие общечеловеческие качества как способность привлекать внимание, чувство юмора и желание участвовать в жизни подчинённых, умение прислушиваться к их мнению.

## Список использованных источников

1. Евтихов О.В. Сравнительный анализ лидерских качеств руководителей / О.В. Евтихов // Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2010. – Т. 7. – №1. – С. 114–121.
2. Лидерские качества – необходимые качества для менеджеров высшего звена / Л.А. Кальченко // Культура народов Причерноморья. – 2003. – №45. – С. 42–44.
3. Шегда А.В. Основы менеджмента / А.В. Шегда. – К.: Знання, КОО, 1998. – 512 с.
4. Урбанович А.А. Психология управления / А.А. Урбанович – Минск: Харвест, 2010. – 640 с.

**Чикова Мария Михайловна**

студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДОВ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Существует несколько подходов к управлению современным предприятием. Использование теории систем в управлении стало толчком к формированию системного подхода как метода познания, способа мышления в отношении организации. Согласно этому подходу, все элементы управленческой деятельности связаны и влияют друг на друга. Кроме того организация рассматривается как система с входом, выходом, внутренними и внешними связями. Системный подход позволяет исследовать функционирование планирование, развитие, структуру целого производства, установить свойства его элементов, проследить взаимодействия и взаимосвязи между ними [1].

Логическое продолжение теории систем представляет ситуационный подход, как способ мышления в отношении организации. Он рассматривает конкретные ситуации на производстве [2].

Наряду с системным и ситуационным подходом к управлению важная роль отводится процессному подходу, в рамках которого управление рассматривается как сумма взаимосвязанных процессов: планирование, организация, мотивация, контроль и тому подобное.

Итак, каждый из рассмотренных подходов к управлению имеет свои особенности применения в современных условиях развития рыночных отношений, что наглядно продемонстрировано в табл. 1

В процессе стратегического управления предприятием предлагается использовать системный подход, который позволяет всесторонне учесть: элементы управления (их состав, прочность, уровень общности в системе), структуру (тип структуры, связи, взаимозависимости на количественном и качественном уровне), функциональное назначение (функций подсистем, элементов), интегративный аспект (выявление целей системы, противоречий и способов их устранения), коммуникативный аспект (выявление связей с другими подсистемами и элементами) и исторический аспект (исследование этапов развития системы, прогнозирования её перспектив). Данный подход позволяет управлять предприятием и обеспечивать достижение целей [6].

**Таблица 1 – Особенности подходов к управлению современным предприятием [3; 4]**

Название подхода	Акцент в управлении	Оптимальный период применения подхода	Предназначение подхода
Процессный	процессы, функции, управление	зависит от продолжительности процесса	Результативность деятельности, эффективность управления
Системный	деятельность предприятия как системы	долгосрочный	достижение стратегической цели деятельности
Ситуационный	Конкретные ситуации	текущий	оптимизация управленческих решений

Системный подход к управлению предполагает системное решение задач, стоящих перед предприятием. Среди задач следует отметить такие как:

- 1) управление воздействием внешней среды (состояние законов, отраслевые приоритеты, изменения во взглядах потребителей, изменения у конкурентов и тому подобное);
- 2) управление денежными потоками по всем видам деятельности (их достаточное формирование и оптимальное распределение);
- 3) управление ресурсами (рациональное формирование, своевременное применение, эффективное использование);

4) управление инвестициями и инновациями для обеспечения конкурентоспособности;

5) установление взаимозависимости между текущими и стратегическими планами развития предприятия;

6) прогнозирование развития с учётом влияния слабых и сильных сторон;

7) управление конкурентоспособностью для обеспечения достаточного уровня возможностей и ресурсов [2].

Таким образом, выделяют три основных подхода к стратегическому управлению современными предприятиями: процессный, системный, ситуационный. Руководство предприятия самостоятельно принимает решение, какой подход выбрать в зависимости от изменчивости внешней среды, сложности и масштабов деятельности предприятия, предпочтений самого руководства. В течение деятельности предприятия, перечисленные подходы к стратегическому управлению могут взаимозаменяться или дополнять друг друга.

### **Список использованных источников**

1. Андрейчиков А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга: учебное пособие / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: ЛИБРОКОМ, 2013. – 248 с.

2. Волкова В.Н. Теория систем и системный анализ: учебник для бакалавров / В.Н. Волкова, А.А. Денисов. – М.: Юрайт, 2013. – 616 с.

3. Грант Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.

4. Кожемякина В.А. Стратегия устойчивого развития торговых предприятий как фактор обеспечения их конкурентоспособности / В.А. Кожемякина // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2012. – №4 (40). – С. 93–102 с.

**Шаповалова Мария Константиновна**  
**магистрант**  
**Корниенко Юлия Юрьевна**  
**к.э.н., доцент**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Владимира Даля»**

## **ВИДЫ И ФОРМЫ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Общепринятой классификации организационных форм венчурного предприятия сегодня не существует. Это связано с многообразием путей взаимодействия крупных и малых организационных форм венчурных предприятий, возникновением симбиозных форм, их постоянной трансформацией в процессе изменения рыночных условий, что усложняет процесс систематизации и четкого выделения определенных организационных форм венчурных предприятий. Кроме того, организационные формы венчурных предприятий рассматриваются обособленно от форм их финансирования, что не дает целостной классификации, которая бы учитывала специфику венчурных предприятий, и дает одностороннюю характеристику организационной структуры венчурных предприятий. Вследствие этого изучение видов и организационных форм венчурных предприятий является актуальной темой.

Исследованием вопросов классификации венчурных предприятий в разные годы занимались такие ученые, как Л.Л. Антонюк, В.А. Береговой, В.А. Василенко, П.Г. Гулькин, А.А. Дагаев, А.А. Лапко, Д.Г. Лукьяненко, В.В. Стадник и многие другие.

Венчурный бизнес – это наиболее высоко технологичный вид современного финансового менеджмента, выполняет функцию содействия развитию перспективных идей и технологий путем целевых инвестиций [2].

Венчурные предприятия – это предприятия, осуществляющие научные исследования, инженерные разработки и внедряют новшества, в частности по заказу крупных фирм и по государственным субконтрактам.

Это небольшие, но гибкие и эффективные предприятия, которые создаются с целью проверки, доработки и доведения до промышленной реализации рискованных инноваций. В некоторых случаях венчурные фирмы являются временными организационными структурами, которые созданы для решения конкретной проблемы. После достижения цели они, обычно, продаются, поглощаются крупной фирмой или продолжают свое функционирование как новая развитая фирма. Венчурные фирмы также могут быть дочерними у более крупных фирм [1].

Венчурное предприятие осуществляет инновационные (венчурные) проекты в условиях неопределенности протекания реальных социально-экономических процессов, многообразия способов перехода возможностей в действительность и осуществляет их в случае, если эффективность деятельности превышает возможный инновационный риск.

То есть, венчурные предприятия – это в основном малые предприятия в новейших отраслях производства (электроника, биохимия, биоинженерия, производство потребительских товаров), в которых происходит интенсивная смена поколений продуктов и технологий. Они действуют на рынке новизны, который возникает в условиях неопределенности, и развиваются в специфической среде взаимоотношений участников рынка.

Основным критерием классификации венчурных фирм выступает источник финансирования. В связи с этим наиболее распространенными формами венчурных предприятий считаются:

1. Независимый (чистый) венчур создается в форме акционерного общества, рекламируя свою идею нововведения и аккумулируя для её реализации средства индивидуальных и институциональных инвесторов.

2. Внешние венчуры создаются одним или несколькими предприятиями на долевых началах и организационно оформляются в виде научно-исследовательских консорциумов.

3. Венчурные фирмы, которые финансируются инвестиционными фондами, компаниями, трастами, могут также использовать и другие источники финансирования: средства крупных корпораций, банков, пенсионных и благотворительных фондов, страховых компаний, личные сбережения инвесторов, частично государственные субсидии. Аккумулируют венчурный капитал и венчурное финансирование и кредитование специализированных рискованных фирм (венчуров).

4. Внутренние венчуры – это специально созданные на предприятии, как правило, крупном, небольшие инновационные подразделения, состоящие из специалистов разных профессий, занимающихся решением сложных научно-технических задач; осуществляют разработку новой продукции от идеи до создания и доставки готового продукта на рынок, после чего подразделение расформировывается [3].

Относительно видов венчурных предприятий, то можно выделить следующие – самостоятельный рискованный бизнес и проекты крупных компаний.

Самостоятельный венчурный, или рискованный бизнес, имеет место при организации и функционировании небольших инновационных предприятий. В западной практике такие фирмы основывают



инженеры, ученые и изобретатели, стремящиеся к коммерциализации научных и технических достижений.

Другая форма венчурных предприятий представляет собой высоко рисковые проекты, осуществляющиеся инновационными подразделениями крупных компаний. Целью подобных проектов является освоение новых рынков.

Иногда различают также промежуточную форму венчурных предприятий между рисковым бизнесом и рисковыми инновационными проектами. Данная форма имеет вид совместного предприятия, созданного на основе объединения крупного предприятия и небольшой инновационной фирмы [2].

Можно сделать вывод, что выбор организационной формы венчурного предприятия зависит от многих факторов, основными из которых являются следующие:

- наличие финансовых ресурсов у участников венчурного проекта;
- необходимость диверсификации и снижения рисков;
- тип инновации, что будет разрабатываться и внедряться в процессе реализации венчурного капитала;
- организационная форма, размер и позиция на рынке инициаторов и инвесторов венчурного бизнеса;
- стадия «жизненного цикла» венчурного капитала.

Подводя итоги, необходимо отметить, что венчурные предприятия независимо от организационной формы являются временными организационными структурами, которые создаются для решения конкретной проблемы и достижение определенных результатов (исследования, разработка и освоение инноваций). Их деятельность не охватывает весь жизненный цикл инновации, потому что они самостоятельно почти не способны наладить серийный выпуск инновационного продукта.

Существование большого количества видов и организационных форм венчурных предприятий обуславливают необходимость их систематизации и классификации, в основе которой должны заключаться особенности взаимодействия крупного и малого бизнеса и прежде всего формы и механизмы его финансирования.

### **Список использованных источников**

1. Анищик В.М. Инновационная деятельность и венчурный бизнес: научно-методическое пособие / В.М. Анищик. – Минск: ГУ «БелИСА», 2011. – 188 с.

2. Кузьмин А.Е. Венчурный бизнес: учебное пособие. / А.Е. Кузьмин, И.В. Литвин. – К.: Знания, 2012. – 350 с.

3. Кузьмин А.Е. Венчурный бизнес: теоретические аспекты и практика: учебное пособие-практикум / О.Е. Кузьмин, И.В. Литвин. – Л.: Из-во Львовской политехники, 2011. – 168 с.

**Щеголькова Нелли Ивановна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Владимира Даля»**

## **ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА РУБЕЖОМ**

Международный бизнес во многом схож с национальным бизнесом, однако имеются и существенные различия, которые необходимо принимать во внимание для успешной реализации международных стратегий. Главная проблема - преодоление различий национальных культур, которые проявляются в особенностях ведения дела [1]. В качестве примера можно вспомнить тот факт, что во многих восточных компаниях сильно развита семейственность ведения бизнеса. В отличие от западных стран, где руководители в первую очередь стремятся развить у своего персонала творческий потенциал и стремление к росту, в азиатских компаниях работодатели хотят, как правило, видеть в своем подчинении крайне исполнительных и предсказуемых сотрудников. В крупных корейских компаниях, например, преобладает формальный подход: высшее руководство специально дистанцируется от сотрудников компании, поэтому все вопросы принято решать непосредственно с линейным руководством.

Существует ряд специфических стратегических альтернатив, которые могут быть полезными в международном контексте. Мы рассмотрим следующие:

- дочернее предприятие в полной собственности;
- совместное предприятие;
- договор о франшизе;
- оффшорное производство;
- экспорт и импорт.

Когда применяется этот тип международной стратегии, организация – в данном случае это будет транснациональная компания (ТНК) – создает зарубежное предприятие, которое полностью ей принадлежит и ею контролируется. Примером такого дочернего предприятия может стать кондитерская фабрика «Россия», которой

владеет корпорация Nestle. Дочернее предприятие может возникнуть на пустом месте - в этом случае образуется новое предприятие в иностранном государстве, или быть создано в результате частичного или полного поглощения зарубежных предприятий [2].

Можно привести ряд аргументов как в пользу создания предприятия на пустом месте, так и поглощения как международных стратегий.

Создание предприятия на пустом месте:

- может быть более дешевой формой прямого проникновения;
- может быть более подходящим для малых фирм, которые имеют ограниченные финансовые ресурсы;
- целесообразно, когда нет желания унаследовать проблемы существующей национальной фирмы (фабрики, завода и пр.);
- может быть разработано так, чтобы включать наиболее современные методы и технологии производства (иногда перестройка устаревших технологий производства бывает дороже, чем создание нового передового предприятия);
- можно выбрать более удобное место для нового предприятия, может быть найден участок с минимальной стоимостью или в регионе, где не будет проблем с наймом работников;
- правительства в странах внедрения обычно поддерживают создание предприятия на пустом месте, поэтому возможно предоставление субсидий или налоговых скидок.

Поглощение:

- позволяет осуществить быстрое проникновение на иностранный рынок;
- дает гораздо более быструю отдачу на используемый капитал;
- может предупредить действия фирмы-конкурента;
- можно избежать ряда культурных, юридических и управленческих проблем путем поглощения действующего предприятия;
- в результате поглощения корпорация может отчасти использовать имеющиеся на предприятии управленческий аппарат, торговые марки, устоявшиеся связи с поставщиками и потребителями;
- не нарушает существующего конкурентного соотношения в стране-хозяине.

Создание дочерних предприятий зарубежными фирмами – достаточно распространенная бизнес-стратегия в современном мире. Примером такого стратегического решения может стать организация собственного производства по сборке печатных машин в России немецким концерном Heidelberg – одним из крупнейших в мире производителей полиграфического оборудования. Концерн сделал ставку на проект создания нового предприятия на пустом месте,

рассчитывая, что его будущая продукция будет пользоваться спросом со стороны российских типографий. Другую стратегию - поглощение - избрала американская корпорация Procter&Gamble по отношению к известной немецкой компании Wella, производящей краски для волос и шампуни. P&G сделало этой компании несколько предложений о покупке, надеясь с помощью такого приобретения укрепить свои позиции в производстве косметики для ухода за волосами и использовать имеющиеся у Wella каналы распределения продукции [3].

Исходя из вышеизложенного, следует отметить, что компании обращаются к международной стратегии развития в результате действия двух групп факторов: факторов выталкивания (когда их возможности развития внутри страны наталкиваются на препятствия) и факторов вытягивания (когда появляется привлекательная перспектива ведения бизнеса за рубежом).

Международный бизнес сталкивается с рядом трудностей: различиями в культуре, возможными проблемами с курсами и переводами валют, сложностями налогообложения и ценообразования, приспособлением продуктов к требованиям иностранных потребителей, сложностями выбора оптимальной структуры организации для ведения международного бизнеса, высоким политическим риском.

### **Список использованных источников**

1. Семенов А.И. Теория организации: международные совместные предприятия / А.И. Семенов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www/bibliotekar.ru/teoriya-organizacii/141/htm](http://www.bibliotekar.ru/teoriya-organizacii/141/htm) (Дата обращения: 03.01.2017). – Название с экрана.

2. Черченко Н.В. Международная экономика. / Н.В. Черченко, Н.И. Суханов, А.Н. Леонович; под общ. ред. Н.В. Черченко. – Мн.: РИВШ, 2009. – 162 с.

3. Чорба П.М. Реализация программы финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства / П.М. Чорба, Н.И. Быканова // Современная экономика: проблемы и решения», 2013. – №3. – С. 45–51.

### **РАЗДЕЛ 3**

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Аноприев Владислав Алексеевич**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Изменения в экономической и политической системах в нашей стране предоставляют серьезные угрозы для каждой личности, устойчивости её существования, вносят существенный уровень неопределенности в жизнь практически каждого человека. Управление персоналом в такой ситуации приобретает особую значимость, поскольку позволяет реализовать, обобщить целый спектр вопросов адаптации индивида к внешним условиям, учёта фактора личности в построении системы управления персоналом организации.

Сегодня особое внимание приобретает вопрос, каким образом функции кадрового управления смогут повысить адаптационные возможности предприятия. Поэтому сегодня наиболее приемлемой моделью управления для функционирования отечественных предприятий является стратегический менеджмент, поскольку внешние условия характеризуются частыми изменениями и неопределенностью.

По мнению специалистов, концепции и стратегии управления персоналом могут повысить конкурентоспособность предприятия, сформировать эффективное управление предприятием.

В экономической литературе сегодня достаточно глубоко исследованы проблемы управления персоналом. В частности, этим вопросом посвящены работы таких отечественных и зарубежных учёных, как: Е.А. Бельтюкова, В.М. Гончарова, А.А. Гришнова, Т.С. Максимова, В. Осовской, И.Л. Петрова, А.А. Чухно, З.С. Шершнева, Б.М. Генкина, А.П. Егоршин, А.Я. Кибанова, И. Ансоффа, М. Армстронга, Г. Десслер, П. Друкера, А. Томпсона и др.

Цель исследования заключается в теоретическом обосновании и целесообразности использования стратегии управления персоналом на предприятии.

Деятельность любой организации зависит от конкретных личностей. Люди определяют пригодность оснащения и технологии, устанавливают для себя объём функций, обязательных для исполнения, приспособляют к своим возможностям структуру организации. Поэтому работник является центральным и главным элементом в любой системе управления и в любой производственной системе.

Участие человека в общественных и производственных отношениях определяется его желаниями, возможностями и мотивацией или побуждением к решению поставленных перед ним целей [3]. Поэтому эффективное управление персоналом невозможно без понимания мотивов и потребностей человека с целью правильного использования стимулов к труду. В то же время в каждой организации существуют свои уникальные требования к сотрудникам.

Почти пятьдесят лет назад в США была разработана уникальная технология оценки персонала, которая получила название «Assessment Center» (от англ. Assessment - оценка) [2]. Assessment Center – это современная технология оценки персонала, которая позволяет получить достоверную информацию как о личностно-деловых качествах отдельных сотрудников, так и о соответствии качества кадрового состава организации её целям, культуре, структуре и тому подобное. На сегодня, по мнению подавляющего большинства сотрудников зарубежных департаментов по работе с персоналом, это наиболее объективный способ оценки персонала. Суть этой технологии заключается в комплексном, многоуровневом подходе к каждому оцениваемому человеку, пусть то кандидат на вакантную должность или сотрудник, который уже работает в компании. Метод Assessment Center позволяет получить наиболее объективную оценку возможностей человека, необходимых для выполнения им служебных обязанностей.

Суть метода заключается в том, чтобы создать упражнения, моделирующие ключевые моменты деятельности оцениваемого, в которых оказались бы имеющиеся у него профессионально значимые качества. Степень их выраженности оценивается сразу несколькими наблюдателями-экспертами, и на основании этой оценки делаются выводы о степени пригодности аттестуемого к этой работе, продвижение по служебной лестнице или необходимости обучения.

Оценка персонала, проведенная по технологии Assessment Center, не только объективная, но и выгодна, поскольку позволяет:

– получить зафиксированную в письменном виде объективную оценку необходимых для работы личных качеств кандидата / сотрудника;

- проверить кандидата / сотрудника по делу, то есть наглядно увидеть его реакцию на стресс, коммуникативные навыки, навыки работы в коллективе, лидерские качества;
- продемонстрировать навыки кандидата / сотрудника его руководителю;
- понаблюдать интуитивную реакцию руководителя на действия его оцениваемого подчиненного;
- сравнить показатели конкретного кандидата / сотрудника с показателями других претендентов на эту должность, которые выполнили те же задачи, в тех же условиях;
- существенно сократить временные затраты отдела персонала (за счет оценивания нескольких кандидатов одновременно);
- сделать объективные выводы о необходимости конкретного сотрудника в обучении;
- составить индивидуальный план развития каждого работника;
- выявить ненужность или необходимость перемещения сотрудников с одной позиции на другую [1].

Assessment Center состоит из целого комплекса испытаний, проходя через которые кандидат (сотрудник) демонстрирует наличие или отсутствие у него качеств (компетенций), необходимых для успешного выполнения работы. По итогам оценки принято проводить беседы с сотрудниками организации (участниками оценочных процедур), где сотрудники в корректной форме получают достоверную информацию о своих профессиональных способностях, о сильных и слабых сторонах собственного стиля деятельности. Полученной информации, как правило, достаточно для самостоятельного построения индивидуального плана развития собственных профессиональных качеств.

Применение системы оценки персонала с помощью метода Assessment Center целесообразно только на определенной фазе жизненного цикла организации – фазе стабильности. Поэтому нужны новые методы и формы регулирования трудового потенциала, адекватные современному этапу экономического развития и использованию рабочей силы, сложному процессу формирования действенного механизма стимулирования повышения производительности труда и экономии рабочей силы.

### **Список использованных источников**

1. Бузько І.Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці: монографія / І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Надьон та ін. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с.

2. Кляйнманн М. Ассесмент-Центр. Современные технологии оценки персонала / М. Кляйнманн. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 215 с.

3. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации / А. Томпсон, Дж. Стрикленд. – М.: Юнити, 1998. – 576 с.

**Антонова Анна Александровна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Процесс управления персоналом ориентируется на определение стратегически важных функций по планированию персонала, его отбора, маркетинга и развития.

Актуальность темы исследования подтверждается тем, что большинство руководителей предприятий все еще не уделяют значительное внимание процессу управления предприятием.

Значительный вклад в решении проблем управления персоналом было сделано не только отечественными, но и зарубежными учеными: Е.В. Масловым, А.Я. Кибановым, Т.В. Зайцевой, Г. Кельперис и многими другими [2–4].

Целью данной работы является анализ теоретических основ процесса совершенствования управления персоналом с целью повышения эффективности деятельности организаций.

Кибанов А.Я., Захаров Д.К. считают, что управление персоналом – это комплекс управленческих (организационных, экономических, правовых) мероприятий, обеспечивающих соответствие количественных и качественных характеристик персонала и направленности его трудового поведения целям и задачам предприятия (организации) [3].

Маслов Е.В. рассматривает управление персоналом как непрерывный процесс, направленный на целевое изменение мотивации людей, чтобы добиться от них максимальной отдачи, а, следовательно, высоких конечных результатов [4].

Обобщая подходы к управлению персоналом, выделим два полюса роли человека в общественном производстве. Первый - человек как ресурс производственной системы является важнейшим элементом процесса производства и управления. Второй – человек как личность с



конкретными потребностями, мотивами, ценностями, отношениями - главный субъект управления.

Рассмотрим важнейшие стадии процесса управления персоналом предприятия (рис. 1).

Планирование персонала предприятия осуществляется специалистами или специализированными кадровыми службами при участии руководителей всех уровней управления организации.

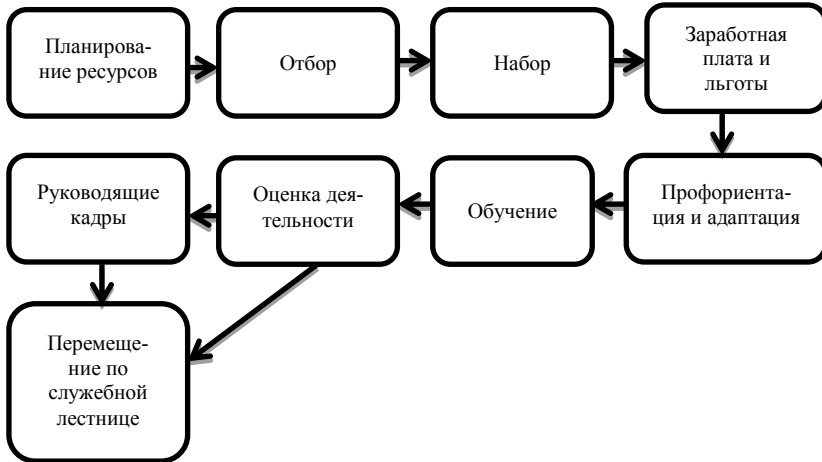


Рисунок 1 – Стадии процесса управления персоналом

Основой правильного подбора кадров является наличие объективной информации о работнике и формальных требований к вакантной должности с тем, чтобы обоснованно провести их соединения [2].

Самым распространенным методом отбора кадров является собеседование, которое является универсальным способом оценки персонала на этапе отбора.

Структура заработной платы в организации определяется с помощью анализа обследования уровня заработной платы, условий на рынке труда, а также производительности и прибыльности организации. Для повышения эффективности производительности труда необходимо использовать материальное стимулирование персонала в виде льгот, дополнительных выплат, премий, надбавок и т.д.

Для формирования высококвалифицированного персонала необходимо внедрение непрерывного обучения. Каждая организация разрабатывает собственную систему непрерывной подготовки, в которой, как правило, теоретическое обучение с отрывом от производства

сочетается с практическим повышением квалификации непосредственно на рабочих местах.

Мотивация карьерным ростом чрезвычайно эффективна для управленческого персонала, особенно руководителей подразделений.

Повышение по карьерной лестнице может выполняться в соответствии со следующими принципами, как результативность труда; компетентность и потенциальные возможности; способность хорошо организовать формальную сторону дела; старшинство (умение дожидаться своей «звездного часа»); общие способности.

Одним из методов стимулирования персонала является внедрение программы развития карьеры, которая должна обеспечивать повышение уровня заинтересованности работников, определяя лиц с высоким потенциалом. В организации требуется постоянный анализ возможностей развития карьеры и регулярное заполнение форм, отображающий результативность труда, оценку квалификации, знаний, профессиональных навыков и т.д. [1].

Проблема повышения результативности труда управленческого персонала предполагает среди различных вариантов её решения комплексный подход к совершенствованию механизма трудовой мотивации, поскольку именно мотивация является важнейшим фактором результативной работы, она составляет основу трудового потенциала персонала.

Разработав систему мотивации, направленную на удовлетворение потребностей управленческих кадров предприятия в соответствии с тем, что они считают важным, можно создать благоприятные условия для достижения целей организации.

Хорошо спланированная система мотивации управленческого персонала позволяет существенно повышать эффективность его работы, увеличивать объёмы продаж, улучшать производственный процесс и обслуживание клиентов, без особо больших материальных затрат со стороны предприятия. Ведь, когда сотрудник выполняет свои должностные обязанности с удовольствием и его цели саморазвития включают развитие предприятия в целом, коэффициент полезного действия возрастает в несколько раз.

Таким образом, совершенствование процесса управления персоналом предполагает грамотно подобранный квалифицированный персонал, мотивированный на постоянное повышение качества труда на основе развитой системы материального и нематериального стимулирования и управления карьерой персонала.

## Список использованных источников

1. Гончарук В.А. Развитие предприятия / В.А. Гончарук. – М.: Дело, 2012. – 208 с.
2. Кельперис Г. Повышение квалификации в процессе управления персоналом / Г. Кельперис. – Управление персоналом, 2013. – №7. – 215 с.
3. Кибанов А.Я. Формирование системы управления персоналом / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М.: ГАУ, 2010. – 154 с.
4. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: учебное пособие / под ред. П.В. Шеметова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2014. – 312 с.

**Бережная Елена Александровна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И ИХ СООТВЕТСТВИЕ МОТИВАЦИОННЫМ ТИПАМ**

Эффективное управление персоналом возможно при условии правильного сочетания форм стимулирования персонала с существующими на предприятии мотивационными типами личностей. Для каждого отдельного сотрудника или группы сотрудников одни формы стимулирования будут работать эффективно, а другие нет. Задача руководителя выявить, какие формы стимулирования персонала наиболее подходят для данного предприятия.

Выделяют следующие формы стимулирования персонала:

1. Негативные – выговоры, наказания, угроза потери работы.
2. Денежные – заработная плата, включая все виды премий и надбавок.
3. Натуральные – покупка или аренда жилья, предоставление автомобиля и др.
4. Моральные – грамоты, почетные знаки, представление к наградам, доска почета и пр. Моральные формы наиболее многочисленны. Известен научный труд, в котором исследовано свыше 20 тыс. моральных стимулов, применявшихся в угольной промышленности. В настоящее время формы морального стимулирования в России практически не используются под надуманным предлогом формирования рыночных отношений, хотя на Западе их очень активно применяют.

5. Патернализм (забота о работнике) – дополнительное социальное и медицинское страхование, создание условий для отдыха и пр.

6. Организационные – условия работы, её содержание и организация.

7. Привлечение к совладению и участию в управлении.

С целью изменить поведение человека в организации оказывается воздействие в определенном стимула. Для того чтобы выбрать этот стимул необходимо знать мотивационный профиль конкретного работника. Это связано с тем, что получив стимул, человек реагирует на него в соответствии со своим мотивационным профилем (мотивационными предпочтениями).

Эта реакция может быть:

– положительной, и человек изменит свое поведение так, как это задумывалось;

– нейтральной;

– отрицательной, когда нежелательное поведение только усиливается.

Проанализировав мотивационные установки персонала различных категорий, потребности и приоритеты в ходе исследования, полезно уточнить долю (индекс) преобладания того или иного мотивационного типа у сотрудника.

Различают пять основных мотивационных типов:

1. Инструментальный – сотрудники этого типа не заинтересованы в работе как таковой, она для них не представляет никакой ценности. Им нужны только деньги. Такой человек будет усердно работать везде, лишь бы ему много платили.

2. Профессиональный – люди этого типа в меньшей степени ценят деньги. Для них важнее содержание самой работы. Каждое новое дело рассматривается как еще один вызов самому себе и возможность доказать всем, что способен делать то, что другим не под силу.

3. Патриотический – важно быть полезным и нужным своей организации. Он выше всего ценит результат общего дела и признание руководителем своих заслуг. Престиж деятельности и деньги – на втором плане.

4. Хозяйский – старается взять на себя полную ответственность за дело, которым занимается. Он будет трудиться с максимальной отдачей, ему особо не важно – интересная работа или нет. Для человека этого типа есть одно условие – отсутствие какого-либо контроля со стороны. Такие люди не терпят, когда ими командуют, поэтому «хозяевами» сложно управлять.

5. Люмпенизированный – не стремится работать и делает лишь необходимый минимум, за который его не накажут.

Соответствие перечисленных мотивационных типов и форм мотивации представлено в табл. 1

**Таблица 1 – Соответствие мотивационных типов и форм мотивации**

Формы мотивации	Мотивационный тип				
	инструментальный	профессиональный	патриотический	хозяйский	люмпенизированный
Негативные	Нейтральна	Запрещена	Применима	Запрещена	Базовая
Денежные	Базовая	Применима	Нейтральна	Применима	Нейтральна
Натуральные	Применима	Нейтральна	Применима	Нейтральна	Базовая
Моральные	Запрещена	Применима	Базовая	Нейтральна	Нейтральна
Патернализм	Запрещена	Запрещена	Применима	Запрещена	Базовая
Организационные	Нейтральна	Базовая	Нейтральна	Применима	Запрещена
Участие в управлении	Нейтральна	Применима	Применима	Базовая	Запрещена

Анализируя табл. 1 можно заметить, что на пересечении мотивационного типа и формы мотивации указано, может ли быть использована данная форма мотивации для данного мотивационного типа. Могут быть следующие комбинации:

– «базовая» – наибольшая ориентированность данной формы мотивации на человека с данным типом мотивации;

– «применима» – данная форма стимулирования может быть использована;

– «нейтральная» – применение данной формы мотивации не окажет никакого воздействия на человека, и он будет продолжать действовать, как прежде;

– «запрещена» – применение данной формы мотивации приведет к прямо противоположному эффекту и, возможно, к деструктивному поведению.

Таким образом, руководитель должен знать мотивационные профили своих сотрудников, а также уметь использовать разные формы мотивации для достижения наиболее полного соответствия мотивационных профилей персонала с формами стимулирования, что приведет к повышению производительности труда и эффективности деятельности предприятия.

## Список использованных источников

1. Костюк А.Д. Современные инструменты мотивации персонала / А.Д. Костюк // Вестник. Серия: Экономические науки. – Х., 2013. – С. 168–172.

2. Чеплова Я.Н. Проектирование и реализация системы управления вознаграждением персонала / Я.Н. Чеплова, В.В. Титаренко // Территория науки, 2015. – №5. – С. 143–150.

**Вольвак Юлия Сергеевна,  
магистрант**

**ГОУ ВПО «Луганский национальный университет  
имени В. Даля»**

### **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА**

Говоря об эффективности системы оплаты труда и стимулирования труда персонала, следует вспомнить о концепции «Эффективная заработная плата», которая была предложена Робертом С. Пиндайком (проф. Слоанской школы менеджмента, США).

Согласно указанной теории работодатели предпочитают выплачивать работникам компаний заработную плату, превышающую уровень, который, с одной стороны, позволил бы уравновесить спрос и предложение труда на рынке, а с другой - отражал бы согласие работника. Существует прямая зависимость между уровнем выплачиваемой заработной платы и уровнем производительности труда [1]. Новатором данной теории был Г. Форд в 1913 г. С введением конвейерной технологии снизило уровень требований к квалификации работников. Высокая квалификация нужна была только работникам, обслуживающим и ремонтирующим сложное оборудование конвейера. Остальные почувствовали свою ненужность и разочарование, и как следствие возросла текучесть кадров, что сказалось на прибыльности всего бизнеса. Решением Форда было введение в компании дневного заработка рабочих, превышающего лучшие аналоги отрасли больше чем в 1,5 раза. Это решение было продиктовано стремлением привлечь лучших. Итогом такого решения стал значительный рост производительности труда (на 51%) и прибыльности компании (в 2 раза) в течение первых двух лет, что позволило с лихвой окупить все дополнительные затраты компании на заработную плату.

Рассмотрим на примере российского предприятия ООО «Компания «Регион-Трейд» данную теорию.

В 2014 году выручка предприятия ООО «Компания «Регион-Трейд» уменьшилась по сравнению с 2013 годом в 4,6 раз, а в следствие и прибыль в 5,7 раз. Это произошло вследствие ухода одного из менеджеров в декрет, а также экономического кризиса в мире.

Поэтому считаем, что компании требуется еще два менеджера по продажам для увеличения прибыли. Следует пересмотреть оклады и создать новое штатное расписание с увеличенными окладами для большей мотивации сотрудников. Для этого применим  $k=2$  ко всем окладам, т.к. приход двух перспективных менеджеров увеличит прибыль компании.

Увеличение объема реализации выручки требует использовать все факторы развития экономики предприятия. Одним из них является материальная заинтересованность работников, позволяющая увеличить объемы продаж и доходы предприятия.

Рост оплаты труда на предприятии ООО «Компания «Регион-Трейд» нацелен на более полное использование производственных фондов, усиление материальной и моральной заинтересованности работников и их ответственности за недостатки и упущения в работе.

Достигнутый уровень заработной платы, прогноз его роста представлены в табл. 1.

**Таблица 1 – Прогноз основных показателей социального развития коллектива**

№	Показатели	2014 год	Прогноз
1	Среднегодовая численность работников, чел.	11	13
2	Среднемесячная з/п на одного работника, руб.	8863	17725,81
3	Среднемесячные выплаты премий на одного работника, руб.	31538,45	57820,49
4	Удельный вес з/п в расходах по обычной деятельности, %	16%	30%
5	Получено чистой прибыли, тыс. руб.	244	2830
6	Получено прибыли в расчете на одного работника – за год, тыс. руб.	22181,82	217692

Устойчивое финансовое состояние предприятия позволяет выделять значительные средства на оплату труда и поощрения.

Так в 2014 году на эти цели направлено 5332,979 тыс. руб., а по прогнозу – 10665,958 тыс. руб., что позволит обеспечить прогнозный уровень заработной платы 17725,81 руб. на одного работника компании и премий – 57820,49 руб.

Одной из целей является увеличение количества менеджеров, а вследствие этого увеличение прибыли, что позволит значительно увеличить заработную плату и материальные поощрения. Среднемесячная заработная плата в Ростовской области равна 22887,5 руб. [2], а прогнозируемая в компании ООО «Компания «Регион-Трейд» составляет 17725,81 руб., вместе с премиями средний доход сотрудника составляет 75546,3 руб., что в 3,3 раза больше. Это позволит компании привлечь высококвалифицированных специалистов и обеспечить им достойную заработную плату.

### **Список использованных источников**

1. Селютина А. Алгоритм разработки эффективной системы оплаты и стимулирования труда работников АПК / А. Селютина // Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве, 2013. – №2. – С. 75–86.
2. Официальный сайт Госкомстата Ростовской области Среднемесячная начисленная заработная плата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rostov.gks.ru> (Дата обращения: 10.03.2017).

**Гиманова Наталия Николаевна**  
ассистент  
**Чевердак Екатерина Игоревна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ**

Управление персоналом – это сложная многоплановая задача, для решения которой нужны временные, организационные, а также финансовые затраты. Поэтому руководителю, необходимо тщательно применять эффективные методы и способы мотивации работников.

Управление персоналом представляет собой комплекс различных принципов, методик и форм влияния на сотрудников с целью улучшения трудовых показателей. Современные проблемы управления заключаются в том, что руководители организаций не применяют новые технологии, которые бы повысили эффективность рабочих отношений.

«Научная организация труда» Ф. Тейлора достаточно сильно повлияла на управление организацией в целом и человеческими ресурсами, в частности.



Вмешательство профсоюзов привело к созданию государственных систем общественного страхования, установлению малой заработной платы, и уменьшению длительности рабочего дня. Соблюдение данных правил было возложено на службы управления персоналом.

Работы Д. Мак-Грегора оказали важное воздействие на практику управления. Он подверг критике главные положения теории «научного управления». Большое значение и огромный вклад внесла школа «человеческих отношений», развитие которой связано с теорией мотивации Э. Мэйо. Созданные ею основы управления персоналом провозглашали учёт ожиданий людей и межличностных отношений [1].

Развитие концепции управления персоналом, считается важной задачей. Данная концепция обязана содержать в себе все без исключения нюансы управление персоналом, разбираться в формировании человеческих ресурсов в близкой взаимосвязи с целями компании.

Работы зарубежных учёных, связанные с эволюцией в области управления персоналом, подтверждают, что штат работников является основным ресурсом компании и руководство персоналом в значительной степени определяет результат деятельности компании.

Руководство персоналом считается основным законом результативного менеджмента в каждой компании. При неверном начальстве, появляется немало вопросов, к которым принадлежат:

- плохое качество продуктов,
- плохой престиж компании,
- повышение шансов быть банкротом.

В связи с этим следует изучить ряд вопросов:

1. Проблема «наилучшего» ученика. Как правило, управляющий определяет наилучшего работника. Такие сотрудники понимают только узкую сферу деятельности, в частности свою, а другие области только поверхностно, по этой причине они могут допустить ошибки.

2. Позитивная проекция. К данному вопросу принадлежит желание присваивать находящимся вокруг работникам свои черты характера. Это неверно, так как каждый сотрудник это индивидуальная личность.

3. Синдром «старшего». Работники зачастую внимательно наблюдают за начальством. В некоторых случаях, почти все руководители, сознательно акцентируют внимание на дистанции между собою и персоналом. В результате этого руководитель соблюдает управляемость, всего лишь на уровне жестких требований предъявляемых к персоналу.

Трудности в сфере управления персоналом и повседневная работа с кадрами, согласно оценке экспертов, в ближайшее время станут в центре внимания руководства.

Подводя итоги, можно сказать, что управление человеческими ресурсами – это целенаправленная деятельность руководителей, специалистов структурных подразделений, менеджеров, которая включает разработку моделей стратегий управления.

### **Список использованных источников**

1. Лазаренко Л. Особливості сучасного управління людськими ресурсами / Л. Лазаренко // Персонал, 2009. – №1. – С. 53–57.

2. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения / под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2012. – 400 с.

3. Шелдрейк Д. Дуглас Мак-Грегор и человеческая сторона предприятия: учебники для вузов / Д. Дуглас. Шелдрейк. Изд: Аспект Пресс. – 2010. – 438 с.

**Гиманова Наталия Николаевна**  
ассистент

**Лещенко Денис Олегович**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ БЛАГОПРИЯТНОГО КЛИМАТА В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ**

Актуальность темы определяется необходимостью изучения благоприятного климата на предприятии, с целью эффективного функционирования. Благоприятный климат в коллективе является залогом успеха компании. Созданием условий для благоприятного климата в компании занимаются квалифицированные менеджеры.

Изучением данной темы занимались многие экономисты, такие как Э. Мэйо, Г. Миницберг, Г. Эмеросон, В. Шепель, В. Бойко и другие. Вопросы поддержания нормального микроклимата в коллективе поднимали в своих трудах М.И. Ветошкина, Н.М. Фатеев, В.Н. Литвинов, Г.М. Андреева, Й.С. Завадский и другие [1–3].

Создание условий для благоприятного климата в трудовом коллективе является одним из ключевых факторов внутреннего сохранения и поддержания нормального функционирования предприятия.

Что считать благоприятным климатом на предприятии?  
Как происходит его создание?

Благоприятный климат – это социально-психологические связи между членами трудового коллектива, которые возникают посредством сближения отдельных личностей и всего коллектива в целом во время выполнения поставленных перед ними задач. Прослеживается чёткая закономерность: чем прочнее и позитивнее психологическая связь, тем продуктивнее становится процесс труда и выше качество выполненной работы. Формирование благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда и качество выпускаемой продукции [1].

Существует различные методы управления, а именно: административный, экономический, социально-психологический. Управленец должен знать все рычаги воздействия.

Социально-психологический метод, его целью является создание нормального психологического климата в коллективе [2]. Этот метод ориентирован на формирование положительной мотивации к эффективному труду, к развитию и более полному использованию творческого потенциала личности. Социально-психологический метод управления включает в себя несколько важных пунктов для создания благоприятного климата.

1. Социальное планирование. Представляет собой правильное, нормированное рабочее время, а также объективную оценку результатов труда членов коллектива.

2. Должностное продвижение кадров. Продвижение членов коллектива по карьерной лестнице с учётом качества их работы для развития потенциала.

3. Профессиональная подготовка рабочих. Заключается в повышении их квалификации посредством профессионального, допрофессионального, послевузовского образования.

4. Личностные качества. Разумное формирование коллектива с учётом личностных качеств и уровня квалификации подчиненных.

5. Переговоры. В случае межличностных конфликтов менеджер выступает дипломатом в отношениях между двумя сторонами.

При достижении всех пунктов социального планирования на предприятии климат в коллективе будет максимально благоприятный.

Организационные методы предназначены для обеспечения порядка, нормальной работы коллектива. Экономические методы формируют экономическую заинтересованность в эффективном труде. Согласно теории классической школы, большего и не надо, так как

человек вступает в экономические отношения только как экономический человек.

Современная модель управления основывается на том, что поведение человека далеко не рационально. Истоки нерациональности лежат в его духовном, внутреннем мире. Поэтому нужно использовать преимущественно те методы, которые эту «иррациональность» улавливают. И здесь ведущую роль играют социально-психологические методы управления, т.е. методы, в основе которых лежат культурная составляющая. Экономические методы подстраиваются под них.

Поэтому благоприятный климат трудового коллектива очень важная часть для конкурентоспособного предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Герчикова И.Н. Менеджмент / И.Н. Герчикова. – М.: Юнити, 2003. – 341 с.
2. Управление персоналом: учебник / под ред. Т.Ю. Базарова. – М.: «ЮНИТИ», 2008. – 338 с.
3. Шепель В.М. Менталитет руководителя. Управленческое мышление / В.М. Шепель: Народное образование. – М. - 2010. – 352 с.

**Дмитрова Наталья Павловна**  
**преподаватель**  
**ОП «Брянковский колледж**  
**Луганского национального университета**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В последнее время в структуре общества произошло важное изменение. Вместо индивидуалов, работающих в основном на самих себя, общество теперь состоит из больших групп людей, работающих в организациях различных типов. Если организации хорошо управляются, это означает что, люди, составляющие наше общество, будут преуспевать. И наоборот: если эти организации и занятые в них работники находятся под плохим руководством, пострадают все люди. Следовательно, хорошее управление является ключом к благосостоянию современного общества. Актуальность данной темы заключается в том, что исследование эффективного управления персонала охватывают широкий круг проблем.

И при осуществлении методов управления неизбежно возникают трудности, которые каждый руководитель непременно хочет решить.

Управление персоналом – целенаправленное воздействие на персонал с целью наиболее полного использования его потенциала. Для того, чтобы использовать этот потенциал в полном объеме, необходимо в первую очередь создать все нужные условия для плодотворной работы данной организации или предприятия [1, с. 65].

Любой руководитель, ответственный за производительность подчиненных, несет на себе функцию управления персоналом.

Обеспечение экономической безопасности является одной из важнейших проблем, стоящих перед любым предприятием. В системе управления предприятием подсистема обеспечения безопасности тесно связана с подсистемой управления персоналом.

Основная цель экономической безопасности предприятия заключается в обеспечении продолжительного и максимально эффективного функционирования на сегодняшний день и высокого потенциала развития в будущем.

Эффективность работы организации, её экономическая безопасность во многом зависят от того, насколько в управлении персоналом учитываются риски, связанные с действиями работников.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что экономическая безопасность предприятия – это такое состояние производственных отношений и организационных связей, материальных и интеллектуальных ресурсов, при которых обеспечивается сохранение и эффективное использование имеющегося капитала, стабильность роста, высокое качество управления, постоянное обновление технологий и информационной базы [3].

Необходимо обратить внимание на то, что главная роль в обеспечении экономической безопасности предприятия принадлежит его персоналу, кадровый потенциал или ресурс – это основной ресурс предприятия.

Кадровая безопасность обеспечивает эффективное функционирование и взаимосвязь между всеми участками предприятия [2, с. 110]. Обеспечение кадровой безопасности является важнейшим направлением в работе любого предприятия, потому что кадры и трудовые отношения в коллективе в основном влияют на продуктивность труда, а значит и на финансовое процветание фирмы.

И в заключении нужно отметить, что формирование эффективной системы управления человеческими ресурсами выдвинулось в число практических задач и факторов, экономического успеха, которые в свою очередь позволяют разработать эффективную систему управления

человеческими ресурсами и обеспечить экономическую безопасность данной организации.

### **Список использованных источников**

1. Паркинсон С. Искусство управления / С. Паркинсон, М. Рустомжи. – Изд-во ГРАНД, 1997. – 270 с.

2. Копейкин Г.К. Экономическая безопасность в системе управления персоналом: учебное пособие / Г.К. Копейкин, В.К. Потемкин. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 116 с.

3. Официальный сайт: Управление кадрами. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://izron.ru/articles/razvitie-ekonomiki-i-menedzhmenta-v-sovremennom-mire> (Дата обращения: 10.03.2017).

**Жарская Дарья Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ТЕОРИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ**

Исследование лидерства прошло несколько этапов. Первые исследователи пытались выявить те качества, которые отличают «великих людей» в истории от масс, определить качества, которыми должен обладать эффективный лидер.

Так родилась теория лидерских качеств (traits theory). Исследователи верили, что лидеры имели какой-то уникальный набор достаточно устойчивых и не меняющихся во времени качеств, отличавших их от не лидеров. Исходя из этого, ученые пытались определить лидерские качества, научиться измерять их и использовать для выявления лидеров. Данный подход базировался на вере в то, что лидерами рождаются, а не становятся. В этом направлении были проведены сотни исследований, породивших достаточно длинный список выявленных лидерских качеств. Разнообразие и противоречивость качеств, обнаружившихся у известных лидеров прошлого, поставили под сомнение такой подход к изучению лидерства, однако работы этого направления появлялись и в недавнем прошлом [1].

Ф. Тэйлор выдвинул новые требования к управленческому персоналу и разработал список «лидерских качеств»: ум, образование, специальные или творческие познания, физическая ловкость и сила,

такт, энергия, решительность, честность, рассудительность и здравый смысл, крепкое здоровье.

Американский исследователь Тид Ордуэй в 1935 г. опубликовал книгу «Искусство лидерства». Тид был убежден, что преуспевающие лидеры обладают определенными и четко идентифицируемыми чертами. К наиболее существенным из них относятся следующие [1]:

- физическая и эмоциональная выносливость. Лидерство – это тяжелая работа, поэтому лидер должен обладать выносливостью значительно выше среднего уровня;

- понимание назначения организации и направления её деятельности. Лидер должен иметь цели и воодушевлять других на их достижение;

- дружелюбие и привязанность. Для лидера хуже, когда его боятся, чем любят. Лидерам необходимо, чтобы им симпатизировали ведомые, если они хотят воздействовать на последних;

- порядочность. Лидеры должны заслуживать доверие.

Ральф Стогдилл в 1948 г. обобщил все ранее выявленные лидерские качества и пришел к выводу, что в основном пять качеств характеризуют лидера: ум или интеллектуальные способности, господство или преобладание над другими, уверенность в себе, активность и энергичность, знание дела. Однако эти пять качеств не объясняли появление лидера. Многие люди с этими качествами так и оставались последователями.

Уоррен Беннис, один из ведущих специалистов по лидерству в США, предлагает следующий список качеств, которыми должен обладать лидер: техническая компетентность, склонность к стратегическому мышлению, умение добиваться результатов, навыки коммуникации, мотивации и делегирования, умение определять и развивать таланты, умение принимать сложные решения в условиях дефицита времени и отсутствия надежной информации [2].

Гэй Хендрикс и Кейт Льюдман приводят следующий список качеств лидеров XXI в.: абсолютная честность, справедливость, глубокое знание себя, фокусирование на вкладе, недогматическая духовность, эффективность за счет умения присутствовать в настоящем моменте, обращенность к лучшему в себе и в других, открытость к изменениям, специфическое чувство юмора, сочетание видения перспективы с фокусировкой на мелочах в настоящем, исключительная самодисциплина, баланс (личная жизнь - работа - духовность - общество) [2].

Можно сделать выводы, что об успехах менеджеров судят не по тому, что они делают, а по тому, как они побуждают к работе других. Побуждать людей можно только воздействуя на них определенным образом, или влияя на них.

В управленческой литературе способность оказывать влияние на поведение людей называется властью. Власть может относиться к индивиду, группе и организации в целом.

Власть – это функция зависимости, а точнее, взаимозависимости. Чем больше один человек зависит от другого, тем больше власти и у того, и у другого. Обладание властью – это возможность влияния на удовлетворение потребностей.

В результате проведенного нами исследования, влияние и власть в равной мере зависят от личности, на которую оказывается влияние, а также от ситуации и способности руководителя. Поэтому реальной абсолютной власти не существует, так как никто не может влиять на всех людей во всех ситуациях. В организации, власть только отчасти определяется иерархией. Сколько власти имеет тот или иной человек в данной ситуации, определяется не уровнем его формальных полномочий, а степенью зависимости от другого лица. Чем больше зависимость от другого лица, тем больше власть данного лица.

### **Список использованных источников**

1. Виханский О.С. В54 Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.

2. Алесинская Т.В. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога по специальности 080111 «МАРКЕТИНГ» / Т.В. Алесинская, Л.Н. Дейнека, А.Н. Проклин, Л.В. Фоменко и др.; под общей ред. В.Е. Ланкина. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. – 241 с.

**Жданова Алевтина Вячеславовна**  
студентка  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Экономический эффект мотивации в условиях обострения конкуренции становится очень важным: рост заработной платы, который происходит соответственно росту производительности труда, или опережает ее, создает благоприятные стимулы к поиску самых передовых преимуществ в конкуренции.



Вместе с тем, нельзя недооценивать также социальный эффект мотивационных мер. Снижение мотивирующей и стимулирующей роли оплаты труда и доходов приводит к противоположному эффекту – падение производительности труда, неэффективному использованию рабочего времени, деградации качества трудового потенциала и других негативных социально-экономических последствий [3]. Таким образом, эффект мотивации труда имеет экономические и социальные измерения. Поэтому возникает вопрос об определении основных критериев оценки их эффективности.

К наиболее распространенным методам оценки эффективности системы мотивации относятся диагностика мотивации персонала на основе качественных и количественных показателей, метод факторного анализа, метод Врума, матрица НГУ, Концепция Balanced Scorecard (BSC), графо-аналитический метод. Более подробно рассмотрим перечисленные методы в табл. 1.

Проанализировав различные методы оценки эффективности системы мотивации персонала предприятия можно сделать вывод, что для руководителей важно определить приоритеты эффективной и качественной работы, научиться количественно оценивать вклад мотивации персонала в общие результаты деятельности предприятия, учитывать интересы всех подчиненных, акцентировать внимание на конкретных и весомых проблемах, разработать систему стимулов и поощрений продуктивной работы, учесть желания и потребности сотрудников, быть единой, целостной командой сплоченного и довольного коллектива. Выбор определенного метода оценки эффективности системы мотивации зависит от количества персонала, масштабов деятельности предприятия, наличия квалифицированных специалистов для проведения оценки.

**Таблица 1 – Наиболее распространенные методы оценки эффективности системы мотивации**

Метод	Характеристика
1. Диагностика мотивации персонала на основе качественных показателей.	Качественные показатели измеряют с помощью экспертных оценок, т.е. субъективно, путем наблюдения за процессом и результатами работы. Качественные показатели, как правило, являются опережающими, так как влияют на конечные результаты работы организации и «предупреждают» о возможных отклонениях количественных показателей.

Метод	Характеристика
2. Диагностика мотивации персонала на основе количественных показателей.	Значения количественных показателей выражаются в виде некоторого действительного числа, имеющего определенный физический или экономический смысл. К таким показателям относятся все финансовые показатели, а также часть рыночных показателей и показателей, характеризующих эффективность бизнес-процессов и деятельность по обучению и развитию предприятия.
3. Метод факторного анализа	Предусматривает нахождение корреляционной связи между отдельными аспектами исследуемого аспекта, позволяет определить обобщающие факторы. Основой определения этих факторов являются группы показателей, которые систематизируются в зависимости от характера и степени их влияния на указанный фактор.
4. Метод Врума	Исходя из данного метода, можно сказать, что мотивация производственного персонала зависит от уровня субъективного ожидания успеха и валентности факторов мотивации. Разработанная модель оценки уровня валентности и субъективного ожидания успеха позволяет точнее оценить каждый компонент, формируется разнонаправленными и разно- функциональными факторами, требует учёта не только численного, но и направленного их влияния на систему.
5. Матрица НГУ	В данном методе используется комбинация из двух показателей - степени мотивации McKinsey (с I по IV) по вертикали и их приоритетность (с 1-го по 4-е) по горизонтали. С помощью анкетирования работникам предприятия предлагается определить приоритеты среди четырех степеней McKinsey (с 1-го по 4-е места). Проработанные результаты письменного анкетирования заносятся в матрицу. Поскольку каждая ступень (фактор) мотивации в анкете займет определенное место с первого по четвертое (нулевое значение или прочерк не допускаются), то суммарная цифра в колонках по вертикали и горизонтали будет везде одинаковой и равна количеству обработанных анкет.

Метод	Характеристика
6. Концепция Balanced Scorecard (BSC).	В Balanced Scorecard разрабатываются показатели, которые информируют о достижении цели предприятия. Данным показателем является Key Performance Indicators, KPI (ключевые показатели эффективности). Приемлемое количество целей и KPI для отдельного работника определяется ролью данного человека и его положением в компании. Для сочетания стратегии и оперативного управления к каждому KPI определяется «План работ», который работнику нужно реализовать для обеспечения выполнения своих KPI. Система мотивации работника, ориентированная на стратегию развития, в конце концов состоит из набора KPI, за которые он отвечает, и оценка их выполнения влияет на итоговую премию.
7. Графико-аналитический метод	Данный метод применяется для анализа уровня и динамики показателей мотивационного механизма предприятия, поскольку он позволяет дать комплексную и объективную оценку его элементам, показателям и характеристикам. К элементам этого метода относятся планирование мотивации, организация, непосредственно мотивация, оценка и контроль, принятие решений. Предложенная методика позволяет дать комплексную оценку структуре, сбалансированности, уровню реализации потенциала мотивационного механизма, выявить имеющиеся резервы, разработать обоснованные управленческие решения, направленные на дальнейшее его развитие и совершенствование.

### Список использованных источников

1. Козенков Д.Е. Инновационное развитие и человеческий потенциал: оценка и стимулирование: монография / Д.Е. Козенков, К.М. Солошенко, Е.П. Якубова; под ред. К.Ф. Ковальчука. – Днепропетровск: Системные технологии, 2012. – 157 с.
2. Костюк А.Д. Современные инструменты мотивации персонала / А.Д. Костюк // Вестник. Серия: Экономические науки, X. – 2013. – С. 168–172.
3. Чеплова Я.Н. Проектирование и реализация системы управления вознаграждением персонала / Я.Н. Чеплова, В.В. Титаренко // Территория науки. – 2015. – №5. – С. 143–150.

**Заиченко Оксана Анатольевна**  
ассистент  
**Роговая Дарина Дмитриевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ОСНОВЕ ДЕЛЕГИРОВАНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ**

Эффективность руководства определяется личными усилиями руководителя, и усилиями всех членов рабочей группы. Если руководитель отвечает за крупную организацию или отдел, то он не может организованно управлять всеми делами, пытаясь выполнить всю работу коллектива.

Сегодня руководитель не в состоянии сам решать все управленческие проблемы, включая те, которые входят в круг его служебных обязанностей, поскольку проблем и задач много, они разнообразны и специфичны, а его знания, опыт и рабочее время - ограничены.

Поэтому, сохраняя контроль и общее управление, в рамках управленческой структуры проходит перераспределение прав, обязанностей и ответственности между её субъектами.

Делегирование не только высвобождает время для стратегических планов, но и мотивирует сотрудников организации. Под делегированием понимают процесс, при котором работники, имеющие определенные правила, передают часть этих прав и поручают выполнение тех или иных видов работ другим сотрудникам данной организации. Делегирование не является приказом или перекладыванием дел, которые не успел доделать руководитель. Если отсутствует делегирование полномочий, то в организации нет развития.

Важное условия в делегировании, чтобы руководитель четко осознавал и придерживался цели, так как при делегировании передается часть ответственности, но основная ответственность лежит на руководителе. Большое значение имеет восприятие делегирования в качестве непрерывного процесса, в котором принимает участие каждый сотрудник, который получает задания регулярно, а выполнение этих заданий ведет к его развитию.

В делегировании есть определенные преимущества. Во-первых, делегирование задач молодым сотрудникам позволяет обучить перспективный персонал, и создать кадровый резерв.

Во-вторых, передача управленческих полномочий сотрудникам может выступать своего рода психологическим индикатором

неформальных отношений в коллективе. Менеджер может оценить, на что способен сотрудник, оценить его вовлеченность и участие в работе, а также мотивировать его.

В-третьих, эффективное делегирование подразумевает, что сотрудник справится с задачей лучше, чем руководитель. Самодостаточный управляющий должен прекрасно понимать, что его задача – распределить работу, которую подчиненные сделают качественней, чем, если бы он сам взялся за её выполнение. Поощрение такой философии в коллективе благотворно влияет на продуктивность труда. Глазами работника это выглядит как доверие со стороны начальника.

Передача полномочий возможна при наличии взаимного доверия между менеджером и подчиненным. Это возможно только тогда, когда руководитель или менеджер сам формирует свою команду. Следовательно, эффективное управление, основанное на делегировании полномочий, неотделимо от подбора и расстановки кадров, постоянной работы с людьми.

Правильное делегирование всегда имеет две стороны. Первая состоит в том, чтобы знать, какую работу и какому сотруднику следует делегировать. Менеджер, приступая к разделению труда в своем отделе, должен заранее четко определить обязанности для каждого исполнителя, их объём и последовательность. Другую сторону делегирование составляет форма или способ поручения обязанностей. Важно, чтобы менеджер владел умением создавать заинтересованность подчиненных, то чтобы ему было доступно искусство использования власти и искусство достижения хороших результатов с помощью своих работников.

Делегирование полномочий означает адекватное распределение задач между членами коллектива с целью повышения эффективности труда в целом. Этот инструмент позволяет руководителю сосредоточиться на работе, которая является стратегически важной для предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Вайсбурд В.А. Экономика труда: учебное пособие / В.А. Вайсбурд. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2012. – 375 с.
2. Дубровин И.А. Экономика труда: учебник / И.А. Дубровин, А.С. Каменский. – Москва: Дашков и К, 2012. – 229 с.
3. Котова Л. Ключевые показатели эффективности системы управления персоналом / Л. Котова // Кадровик, 2010. – №12. – С. 34 – 42.
4. Кибанов А.Я. Управление трудовыми ресурсами: учебник / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанов, И.А. Эсаулова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 436 с.

**Заиченко Оксана Анатольевна**  
**ассистент**  
**Трапезникова Карина Алексеевна**  
**студентка**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **ВЛИЯНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ НА РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

В современных условиях необходимо эффективно развивать лидерство в организации, так как лидерский тип развития позволяет максимально сосредоточиться на достижении целей организации и коммерческого успеха. Исследованием проблемы лидерских качеств уделено внимание в трудах таких учёных как Карташова Л.В. и Алиева В.Г.

Лидерство—поведение человека, обусловленное наличием способностей, которые обеспечивают ведущее положение в группе [1].

Эффективность функционирования организации во многом зависит от стиля лидерства руководителя, степени зрелости последователей и воздействия внешнего окружения на организационные процессы. Особенно это характерно для организаций, работающих в сфере услуг, так как постоянное непосредственное взаимодействие с клиентами должно быть организовано в условиях эффективной системы лидерства. Решение данного комплекса задач во многом зависит от способности организаций и предприятий отвечать требованиям постоянно изменяющейся внешней среды, обеспечивая оптимальный уровень конкурентоспособности, как на внутренних, так и на внешних рынках.

Любая организация обладает как минимум двумя видами ценных ресурсов: это ресурсы каждого человека в организации (личностные ресурсы) и групповые ресурсы, которые обладают системным эффектом по отношению к личностным. Руководитель всегда является ключевым звеном организации, поэтому уровень конкурентоспособности организации напрямую зависит от способности руководителя использовать собственные профессионально-личностные ресурсы. В связи с разрушением авторитарной системы управления прошлого, в которой доминировала социалистическая экономика с командными методами управления, и переходом к более гибкой экономической системе свободного рынка роль менеджера, управляющего или лидера значительно изменилась [2].

Талантливый лидер способен превратить коллектив в заинтересованную команду, вдохновляет и поддерживает, обеспечивает высокую результативность совместной деятельности, улучшает психологический климат коллектива. Лидерство как таковое является сложным и очень субъективным предметом исследования. Из этого следует и сложность измерения результатов от внедрения в организацию программ развития лидерства. Осложнения в ситуацию вносит то, что программы по развитию лидерства не всегда приносят быструю отдачу, и сложно выявить позитивные изменения в общих показателях компании. Компаниям, планирующим инвестировать в развитие потенциала организационных способностей персонала программ, следует поставить перед собой еще и задачу внедрения системы оценки качества таких программ [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что наличие в организации управляющих кадров с выраженными лидерскими качествами может обеспечить конкурентное преимущество организации, повысить производительность труда, минимизировать потери, связанные с ошибками в управлении, улучшить психологический климат в организации.

#### **Список использованных источников**

1. Лидерство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/3\\_81531\\_opredelenie-liderstva.html](http://studopedia.ru/3_81531_opredelenie-liderstva.html) (Дата обращения: 06.03.2017). – Название с экрана
2. Карташова Л.В. Организационное поведение / Л.В. Карташова. – М.: Инфра-М, 2005. – 157 с.
3. Алиев В.Г. Организационное поведение / В.Г. Алиев. – М.: Экономика, 2004. – 310 с.

**Клименчукова Наталья Сергеевна**

**к.э.н., доцент**

**Решетняк Наталья Владимировна**

**к.э.н., доцент**

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

#### **ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК**

Управление персоналом охватывает широкий спектр функций от приема до увольнения работника, среди которых выделяют мотивацию деятельности персонала. Мотивация представляет собой процесс

воздействия на человека совокупности внутренних и внешних факторов, которые побуждают его к деятельности, определяют границы и формы этой деятельности, задают цели, на достижение которых должна быть направлена эта деятельность [1].

Создание в аграрно-промышленном комплексе системы мотивации труда как совокупности мотивов трудового поведения в экономической деятельности требует учёта объективно обусловленной специфики аграрного труда и сельского образа жизни, и относится к числу не только важнейших, но и самых сложных проблем. Предприятия АПК отличаются от предприятий других отраслей народного хозяйства по ряду таких объективных причин: цены на сельскохозяйственную продукцию не обладают стабильностью; сельскохозяйственное производство имеет малую привлекательность для инвесторов; условия жизни на селе существенно отличаются от условий жизни в городе, что побуждает процессы урбанизации; на эффективность труда крестьянства влияют качество обрабатываемых земель и природно-климатические условия сельскохозяйственного производства; процесс использования труда во многом определяется сезонностью производственной деятельности и разной степенью занятости людей в зависимости от времени года [2].

В условиях постепенного выхода сельского хозяйства из кризиса и реализации национального проекта по развитию АПК, возникает проблема формирования новых подходов и механизмов воспроизводства и эффективного использования трудового потенциала.

С целью побуждения и стимулирования отдельного человека или группы людей к деятельности используется мотивация. В рыночной экономике важную роль играют материальные стимулы к труду, а именно размер и своевременная выплата заработной платы. Это объясняется довольно сложным финансово-экономическим положением большинства предприятий и отсутствием средств, которые необходимы для стимулирования работников. Важными психологическими факторами является уверенность работника в постоянной занятости, потребность в признании и уважении, его интерес к работе. Среди социальных факторов важное место занимает вопрос обеспеченности работников жильем. Следует отметить, что жилье со всеми удобствами в сельской местности – явление весьма нетипичное, а ввод в эксплуатацию жилых домов постоянно сокращается.

Основными проблемами в процессе реализации механизма стимулирования наемных работников на отечественных предприятиях сегодня являются:



– недостаточная гибкость механизма формирования оплаты труда, его не способность реагировать на изменения в эффективности и качестве труда отдельного сотрудника;

– отсутствие оценки вообще или необъективная оценка предпринимателем индивидуальных трудовых показателей деятельности наемных работников;

– отсутствие справедливой оплаты труда руководителей и специалистов, необоснованность соотношения в оплате их труда;

– негативное отношение персонала к размеру оплаты их труда и к существующей системе оплаты труда в общем.

В рыночной экономике важную роль играют материальные стимулы к труду, а именно размер и своевременная выплата заработной платы. Это объясняется крайне сложным финансово-экономическим положением большинства предприятий и отсутствием средств для стимулирования работников. Среди социальных факторов важное место занимает вопрос обеспеченности работников жильем. Следует отметить, что жилье со всеми удобствами на селе – явление достаточно нетипичное, а ввод в эксплуатацию жилых домов постоянно сокращается. В критическом состоянии находятся и объекты социальной сферы, количество которых постоянно уменьшается.

Таким образом, целесообразно разработать более действенную систему мотивации труда работников аграрных предприятий в условиях развития рыночных отношений. Для этого нужно усилить участие работников в распределении прибыли, создать фонды материального поощрения. Материальное стимулирование труда работников сельского хозяйства необходимо организовать таким образом, чтобы молодежи было выгодно работать в своем родном населенном пункте, а не стремиться уйти на более высокие заработки в город. Целесообразно разработать систему коллективных договоров и соглашений, способных юридически гарантировать защиту прав и интересов населения, а также направить социальные преобразования на повышение мотивации и престижности труда.

Главная проблема сельскохозяйственных предприятий в области мотивации заключается не в том, что нет разработанной системы, а в том, что эта идея изначально не поддерживается руководством. Предложенные меры помогут в некоторой степени повысить показатели эффективности деятельности аграрных предприятий.

## **Список использованных источников**

1. Денисенко І.А. Мотивація і її вплив на підвищення ефективності використання трудових ресурсів в умовах економічної кризи / І.А. Денисенко, А.Є. Пожидаєв // Агросвіт. – 2011. – №17/18. – С. 26–28.

2. Карпенко В.В. Резерви підвищення мотивації праці кадрів вищої кваліфікації аграрних підприємств / В.В. Карпенко // Економіка АПК, 2011. – №3. – С. 107–111.

**Матвиенко Виктория Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **КЛАССИФИКАЦИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В РАЗВИТИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Любая организация может достичь самых высоких целей, достойной прибыли при наличии решающего условия – если она обеспечена персоналом с соответствующей подготовкой и опытом работы. Кадровая политика, содействуя достижению поставленных целей, должна решать следующие задачи:

- эффективно использовать мастерство и потенциальные возможности каждого работника;
- обеспечивать организацию опытными высококвалифицированными и заинтересованными работниками;
- создавать в организации условия для наиболее полного удовлетворения персонала своей работой, в которой он может достичь максимального самовыражения;
- стимулировать и поддерживать стремление каждого работника к сохранению благожелательного морального климата в коллективе;
- поддерживать среди работников стремление к достижению общей выгоды своего коллектива, организации в целом [1].

Признав саму возможность развития лидерства в компании, нужно понять, какие лидерские качества необходимо развивать, как перестроить систему развития персонала, культуру компании в целом, чтобы вовремя выявлять будущих лидеров, воспитывать их, продвигать по служебной лестнице и удерживать в компании.

Опыт работы с лидерами самых успешных корпораций позволяет говорить о нескольких качествах и характеристиках как ключевых для понимания лидерства.

Чувство перспективы у лидеров очень развито, или, иначе говоря, видение того, к чему нужно стремиться, в каком направлении двигаться и как хотя бы в принципе достичь цели.

Страстность – одержимость своей целью, эмоциональная вовлеченность. Лидеры убеждены в правильности собственных действий и способны заражать этой убежденностью и одержимостью не только своих сотрудников, но и потребителей и инвесторов.

Убедительность – умение добиться своего результата, воздействовать на людей и, руководя ими, находить единственно верное соотношение между приказами и убеждением. Лидерство настолько же зависит от способности мотивировать сотрудников, как и от умения приказывать.

Настойчивость – никогда не сдаваться, в случае неудачи предпринимать новые попытки. Многие известные лидеры претерпели разного рода трудности на том или ином этапе своей карьеры, но успеха, в конце концов, им принесла именно способность снова вставать на ноги после поражений.

Терпение – умение ждать подходящего момента, не спеша продумывать все последующие шаги. Эта способность особенно важна при построении нового бизнеса или управлении быстрорастущей компанией, когда нужно выбрать правильную стратегию захвата рынка [2].

«Лидерство – это искусство заставлять других делать то, что ты хочешь, так, чтобы они думали, будто сами хотят делать это» [3].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что лидерство помогает организациям совершенствоваться, выходить на новый уровень их возможностей. Лидерство дает волевой импульс для развития организации и персоналу. И если руководитель обладает хорошими навыками лидера, то данная организация сможет противостоять всем неприятностям и успешно развиваться.

### **Список использованных источников**

1. Кадровый потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/5\\_118665\\_kadroviy-potensial-organizatsii.htm](http://studopedia.ru/5_118665_kadroviy-potensial-organizatsii.htm) (Дата обращения: 10.03.2017). – Название с экрана.

2. Развитие лидерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/people/leadership.shtml> (Дата обращения: 10.03.2017). – Название с экрана.

3. Лидерство. Золотые правила (комплект из 3 книг); Эксмо – Москва, 2010. – 736 с.

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Сложившаяся на сегодняшний день рыночная ситуация требует постоянного особого внимания предприятий к обеспечению эффективного, стабильного функционирования и развития. Из-за специфики рыночных отношений, которая сложилась на данный момент, предприятия вынуждены постоянно функционировать в ситуациях повышенного риска.

Понятие экономической безопасности является комплексным, оно затрагивает практически все функциональные аспекты деятельности предприятия. Экономическая безопасность предприятия – это наличие конкурентных преимуществ, которые обусловлены соответствием материального, финансового, кадрового, технологического потенциалов и организационной структуры предприятия его стратегическим целям и задачам как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе [2].

В условиях современного рынка сильное воздействие на экономическую безопасность предприятия оказывает кадровый аспект. Это связано с тем, что расширение производства, внедрение новых технологий в процесс производства, разработка различных методик и способов, которые позволяют максимально снизить затраты данного предприятия и достичь увеличения прибыли, оказывают существенное влияние на конкурентоспособность и рентабельность данного предприятия, способны занять господствующее положение на рынке.

Понятие «кадровая безопасность» представляет собой процесс предотвращения различных негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия за счет разного рода рисков и угроз, которые так или иначе связаны с персоналом предприятия, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом [5]. Рассматривая кадровую безопасность с точки зрения управления, можно сказать, что она занимает главенствующее положение относительно других составляющих элементов экономической безопасности, так как именно она напрямую связана с персоналом (квалифицированными кадрами).

Изучение и анализ экономической литературы показывает, что отечественные экономисты-исследователи выделяют достаточно широкий спектр угроз кадровой безопасности. Часто в качестве угроз кадровой безопасности предприятия выделяются низкая благонадеж-

ность персонала, неподобающее поведение сотрудников, неблагоприятный социально-психологический климат в трудовом коллективе, низкая лояльность персонала, ошибки в его подборе и отсутствие корпоративной культуры. Ученые-экономисты, такие как Г.К. Копейкин и В.К. Потемкин, к угрозам кадровой безопасности относят использование различных средств, которые создают условия для несанкционированного доступа к конфиденциальной информации; нарушение порядка финансовой отчетности на предприятии; преступные и иные противоправные действия по личным мотивам, либо в интересах третьих лиц [3, с. 65].

Субъекты угроз кадровой безопасности обладают, своего рода, возможностью деструктивной активности по отношению к объекту и являются причиной возникновения опасной ситуации. При рассмотрении персонала в роли субъекта угроз, объектом безопасности выступают ресурсы предприятия (материальные, интеллектуальные, информационные и пр.) Это свидетельствует о том, что человеческие ресурсы как объект кадровой безопасности имеют двойственную природу. С одной стороны, они нуждаются в защите а, с другой, могут сами выступать в качестве источника угроз и опасностей [4].

Анализ определения угроз кадровой безопасности показывает, что в них, так или иначе, отражается возможность нанесения ущерба, вреда определенному субъекту, каким-либо его интересам. Наиболее часто понятие «угроза» ассоциируется с понятием «опасность». Обобщив, можно сделать вывод что угрозу безопасности предприятия следует рассматривать как совокупность условий и ряда различных факторов, создающих опасность его жизненно важным интересам.

На практике кадровая безопасность вызывает ассоциации с работой службы безопасности данного предприятия по предотвращению краж, порчи имущества и различного рода действий работников предприятия, которые могут привести к разрушительным последствиям, а так же – с проверкой кандидатов при приеме на работу.

К вопросам кадровой безопасности, которые напрямую оказывают влияние на экономическую безопасность предприятия также следует отнести [1]:

- обеспечение предприятия сотрудниками, заполнение свободных вакансий;
- развитие сотрудников и удержание их на данном предприятии;
- разработка различного рода мотивационных схем оплаты труда;
- повышение лояльности у сотрудников;
- работа с кадровым резервом.

Изучая проблемы обеспечения кадровой безопасности предприятия необходимо уделить внимание рассмотрению факторов, которые, так или иначе, провоцируют возникновение угроз кадровой безопасности. К таким факторам следует отнести:

- низкий уровень или полное отсутствие внутренней корпоративной социальной ответственности на предприятии;
- отсутствие корпоративной культуры на предприятии;
- низкая эффективность контроля на этапах найма и отбора персонала в процессе трудовой деятельности;
- отсутствие эффективной системы обучения персонала основам противодействия угрозам кадровой безопасности;
- неэффективная система мотивации добросовестного поведения персонала.

В работе с персоналом главным подразделением является отдел кадров. Он является важным субъектом в кадровой безопасности.

Деятельность отдела кадров можно условно разделить на такие этапы: поиск, отбор, приём, адаптация и так далее, до увольнения. На каждом из данных этапов присутствуют определенные вопросы, связанные с экономической безопасностью предприятия в целом, решением которых и занимается отдел кадров. Каждое действие или, наоборот, бездействие сотрудника отдела кадров – это усиление или ослабление экономической безопасности предприятия по её основной составляющей – кадрам [5].

Таким образом, основой кадровой безопасности является процесс предотвращения и предупреждения угроз, ведь именно угрозы отрицательно влияют на состояние функциональной части экономической безопасности предприятия. Кадровая безопасность как элемент экономической безопасности предприятия ориентирована на работу с персоналом, на установление трудовых отношений, которые можно было бы назвать «безубыточными».

### **Список использованных источников**

1. Бгашев М.В. Стратегия обеспечения экономической безопасности предприятие: кадровый аспект / М.В. Бгашев // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право, 2009. – №2. – С. 46–51.
2. Иванова Л.К. Экономическая безопасность предприятия / Л.К. Иванова // Вестник УГАТУ. – 2013. – №7 (60). – С. 30–33.
3. Копейкин Г.К. Экономическая безопасность в системе управления персоналом / Г.К. Копейкин, В.К. Потемкин. – СПб.: СПбГУЭФ, 2008. – 116 с.

4. Молчанов М.А. Кадровая безопасность как элемент экономической безопасности предприятий производственных отраслей / М.А. Молчанов // Мир современной науки. – 2014. – №3 (25). – С. 71–73.

5. Кузнецова Н.В. Угрозы кадровой безопасности организации / Н.В. Кузнецова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ugrozy-kadrovoy-bezopasnosti-organizatsii> (Дата обращения: 01.03.2017).

**Радченко Маргарита Петровна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Современный этап развития экономики характеризуется изменением требований к кадрам, которые должны уметь пользоваться новейшими методами эффективной работы с персоналом в организациях. Перед предприятием стоит проблема сформировать такую систему управления, которая обеспечила бы высокую эффективность работы, конкурентоспособность и устойчивое положение на рынке. Ведущая роль при этом отводится управлению персоналом наиболее активной составляющей ресурсного потенциала, от эффективности использования которого зависят результаты функционирования фирмы в целом.

В последние десятилетия управлению персоналом в мире уделяется значительное внимание, поскольку уже давно доказанной является зависимость между конкурентоспособностью, экономическим ростом и эффективностью предприятия и качеством, мотивацией и характеру использования персонала. Исследование проблем управления персоналом освещен в трудах учёных: Д.П. Богини, Л.В. Балабановой, А.А. Борисовой, В.Р. Веснина, В.В. Волгина, О.К. Воробьевой, В.М. Гончарова, С.А. Гуткевич, Г. Десслер, О.В. Захаровой, А.Я. Кибанова, А.М. Колот и др.

Исследование теоретических и практических аспектов управления предприятием позволили определить, что «управление» – это целенаправленное воздействие на объект (биологический, социальный, технический) с целью достижения определенной его структуры для реализации поставленных программ и целей.

И.Н. Герчикова определяет процесс «управление персоналом» как самостоятельный вид деятельности специалистов-менеджеров,

главной целью которых является повышение производственной, творческой отдачи и активности персонала; ориентация на сокращение доли и численности производственных и управленческих работников; разработка и реализация политики подбора и расстановки персонала; выработка правил приема и увольнения персонала; решение вопросов, связанных с обучением и повышением квалификации персонала» [2].

И.В. Бубенко [1], считает, что управление персоналом – это «непрерывный процесс, направленный на целевую смену мотивации людей для достижения максимальной отдачи от них, а, следовательно, высоких конечных результатов». Аналогичной точки зрения придерживаются М.В. Грачева, Е. Маслов, А. Маслоу, И. Макмиллан и другие ученые.

На наш взгляд, управление персоналом – это целенаправленная систематическая деятельность по формированию оптимальной структуры работников необходимой для предприятия квалификации и качества, разработка эффективной системы их мотивации и контроля с целью постоянного развития предприятия.

Исходя из определений, по нашему мнению, для совершенствования процесса управления персоналом необходимо осуществлять ряд следующих мероприятий:

Разработка обоснованной кадровой политики по формированию кадрового потенциала на предприятии. Кадровая политика на предприятии является одним из главных этапов стратегического управления персоналом, поскольку здесь устанавливаются стратегические цели по управлению, избирается кадровая стратегия предприятия.

Качественная оценка работников на предприятии. Оценка персонала имеет очень большое значение, создавая основу для многих процедур: приема на работу, внутренних перемещений, выдвижение на повышение, вознаграждение, моральное стимулирование и т.п.

Эффективный механизм стимулирования труда как персонала управления, так и других категорий работников. В большинстве рыночно развитых стран мира мотивацией служат уважение к персоналу, признание их высокой квалификации и создание условий для личной инициативы. Среди главных мотиваторов выделяют: социальное развитие – приобретение определенного социального статуса, продвижение по службе; личное развитие – приобретение новых умений и навыков, обучение в течение всей жизни; ощущение сопричастности – участие в реализации важных проектов, участие в принятии решений, доступ к определенной информации; «Интерес и вызов» – заинтересованность, возможность самореализации. Главным фактором мотивации является форма проявления уважения к работникам как высококвалифицированным рабочим. Современный подход к управлению персоналом должен



заклучацца в том, чтобы позволить как руководителю, так и подчиненному делать осознанный выбор [3].

Контроль за работой персонала, имеет непрерывный циклический характер и должен осуществляться на всех этапах управления персоналом.

Обеспечение социальной защиты работников, включает в себя: создание безопасных условий для работы на предприятии; обеспечение необходимых мер охраны труда; создание условий, позволяющих гражданам беспрепятственно зарабатывать себе на жизнь любыми способами, не противоречащими закону; обеспечение членам общества прожиточного минимума и оказание материальной помощи тем, кому в силу объективных причин она необходима; защита от факторов, снижающих жизненный уровень; создание благоприятного психологического климата на предприятии в целом, в отдельных структурных подразделениях, защита от психологического прессинга и тому подобное.

Постоянное обучение сотрудников: в процессе работы, по собственным программам, в центрах менеджмента, за рубежом [4].

Итак, направления совершенствования существующей практики менеджмента персонала на предприятиях: активизация работы по кадровому планированию; введение системы оценки качественных характеристик персонала организации. Это даст возможность определить политику стимулирования труда и набор стимулов, направленных на привлечение кандидатов, отвечающих всем необходимым требованиям, а также способствует удержанию уже нанятых работников; руководству предприятий следует более подробное внимание уделять планированию карьеры работников.

#### **Список использованных источников**

1. Бубенко І.В. Управління трудовими ресурсами: навчальний посібник / І.В. Бубенко. – Харків, 2008. – 489 с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник / И.Н. Герчикова – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
3. Кондирина А.Г. Система розвитку персоналу як один з головних факторів успішної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / А.Г. Кондирина, І.А. Астахова, 2015. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index> (Дата звернення: 10.03.2017).
4. Позднякова Л.О. Методологія управління персоналом та стратегія ефективного управління / Л.О. Позднякова, О.Г. Дейнека, В.О. Котик. – Харків: Прогрес, 2011. – 275 с.

**Решетняк Наталья Владимировна**

**к.э.н., доцент**

**Оноприенко Елена Владимировна**

**магистрант**

**Шмелёва Ирина Александровна**

**магистрант**

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Эффективность управления персоналом в условиях рыночной экономики является одним из главных факторов экономического успеха организации. Оно призвано обеспечить благоприятную среду, в которой реализуется трудовой потенциал, развиваются личные способности, люди получают удовлетворение от выполненной работы и общественное признание своих достижений. В сфере управления кадрами происходит последовательное смещение акцентов от технологических подходов, которые регламентируются содержанием трудового процесса, к целостному, системному подходу, в основе которого – долговременное развитие трудового потенциала работников. Это содержательно изменяет «управление персоналом» от простого оперативного решения возникающих проблем к определению будущих потребностей людей и развитию их трудового потенциала.

Какими бы сильными не были решения руководителей, эффект от них может быть получен только тогда, когда они удачно воплощены в дела сотрудниками. А это может произойти только в случае, если работники заинтересованы в результатах своего труда. Здесь мы сталкиваемся с важнейшим аспектом управления – мотивацией. Работающие предприятия имеют свои мотивационные модели, практическое использование которых позволяет им «держаться на плаву» и даже увеличивать объём производства [1, с. 96]. Мотивация трудовых достижений – основополагающий принцип деятельности предприятия, главной ценностью которого являются трудовые ресурсы, чей профессионализм и человеческие качества позволяют руководству ставить сверхзадачи и успешно добиваться их решения по улучшению условий труда и повышению удовлетворенности сотрудников своим положением, доходами и проявлением заботы руководства.

Производственная активность работника выходит за рамки его рабочего места, закрепленных за ним функций и направлена на совершенствование кооперативных связей работника. На активность

работника исследуемых предприятий, в первую очередь, влияет уровень его вовлеченности в общую деятельность, что функции управления «мотивация» представляется более обоснованным. Предприятие, включая работника с его социальной и культурной системой, должно предъявлять ряд требований к нему, его поведению, способностям. Принятие трудовыми ресурсами норм и ценностей предприятия – необходимое условие его управляемости, возможности регулировать его поведение, направлять его на общие цели. Чем в большей степени работник предприятия принимает эти ценности и нормы, тем выше его готовность и способность следовать целям данного предприятия. Будучи «вовлеченным» в предприятие, работник воспринимает его цели как свои собственные, что создает предпосылки для мотивации активной трудовой деятельности и формирует необходимое отношение к труду [2, с. 247–249].

Регламентация предполагает установление определенного порядка в виде инструкций, правил, нормативов и контроль за их выполнением. Поэтому важно разграничить те сферы деятельности работников, которые требуют жесткого соблюдения инструкций и контроля за их выполнением, от тех сфер, в которых работник должен быть свободен в своих действиях и может проявить инициативу. При создании системы стимулирования объектами регламентации должны быть конкретные обязанности того или иного сотрудника, конкретные результаты его деятельности, затраты труда, то есть каждый сотрудник должен иметь полное представление о том, что входит в его обязанности и каких результатов от него ждут.

Кроме того, необходимы регламентация и в вопросе оценки конечной работы, то есть должны быть четко установлены те критерии, по которым будет оцениваться конечная работа сотрудника предприятия. Такая регламентация, тем не менее, не должна исключать творческий подход, который в свою очередь также должен быть учтен в последующем вознаграждении работника.

Таким образом мы считаем, что для предприятия наиболее приемлемым будет стимулирование за экономию. При этом нужно учитывать только те статьи затрат, которые зависят от данного коллектива. На премирование целесообразно выделять 30–50% средств от экономии или прибыли. Конкретный процент определяют с учётом удельного веса оплаты труда в составе затрат, которые учитываются: он будет более высок там, где часть зарплаты больше. Необходимо учитывать, что денежные поступления получают от реализованной продукции, а стимулировать необходимо всю произведенную. И также не все виды продукции являются товарными. Средства от реализации поступают неравномерно и часто с опозданием. Некоторые

подразделения предприятия могут обеспечивать дополнительные поступления, а при этом другие будут недодавать к плановым доходам. Экономия в определенные месяцы может поглощаться перерасходами в других.

Следовательно, можно сделать вывод, что эффективное управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятий в значительной степени зависит от использования умело настроенного мотивационного механизма. Управленческий персонал – главное звено в системе управления предприятием. Поэтому необходимо на каждом конкретном предприятии в первую очередь разработать собственную эффективную систему мотивов и стимулов, которые обеспечивают активизацию деятельности управленческого персонала в соответствии с целями, которые поставлены перед предприятием.

### **Список использованных источников**

1. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах / Н.В. Самоукина. – М.: Вершина, 2006. – 224 с.

2. Управління персоналом фірми / під ред. Крамаренко. – К.: Академ видав, 2005. – 384 с.

**Скоркин Богдан Игоревич**  
аспирант

**ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный  
технический университет»**

### **АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

В современных условиях участились случаи нанесения ущерба предприятиям как преднамеренно, так и непреднамеренно персоналом самих предприятий. Согласно исследованию аудиторского агентства «PwC» по итогам 2016 г. за последние 2 года 48% опрошенных российских компаний и организаций столкнулись с экономическими преступлениями (во всём мире 36%), 30% компаний пострадали от взяточничества и коррупции. В исследовании приняли участие 120 российских компаний и организаций, из них 34% составили частные компании, 59% – компании, акции которых обращаются на бирже, и 3% – предприятия государственного сектора. Респонденты представляют различные отрасли экономики, в том числе сектор финансовых услуг (23%), промышленное производство (12%),

топливно-энергетический сектор (9%), фармацевтическую и медико-биологическую отрасль (9%), сектор розничной торговли и производства потребительских товаров (7%), транспорт и логистику (7%) [1].

В связи с данными событиями следует выделить кадровую безопасность, которая является составляющей экономической безопасности и реализуется через эффективное управление персоналом. Управление персоналом в данном контексте представлено следующими задачами:

- 1) предотвращение противоправных действий;
- 2) противодействие совершению противоправных действий.

Задачу предотвращения противоправных действий со стороны сотрудников выполняет как служба безопасности предприятия, так и служба управления персоналом. Данная задача выполняется при:

- 1) подборе и отборе кандидатов на должность (проводит служба управления персоналом);

- 2) приеме на работу каждого сотрудника путем: удостоверения личности, проверки данных об образовании, квалификации и предыдущем опыте работы, если таковой имеется (может проводится в зависимости от масштаба предприятия либо службой безопасности предприятия и службой управления персоналом, либо только службой управления персоналом).

Задачу противодействия совершению противоправных действий выполняет служба управления персоналом. Данная задача выполняется при следующих процессах:

- 1) адаптации персонала;
- 2) формировании кадрового резерва (если он предусмотрен политикой предприятия).

Согласно заявлению Тревора Уайта: «В настоящее время контроль организаций в области обнаружения и предотвращения экономических преступлений в 2016 г. стал на 7% менее эффективным по сравнению с 2014 г.» [2]. Из чего следует, что необходимость противодействия совершению противоправных действий сотрудниками предприятия является более эффективным методом для минимизации рисков предприятия.

Задача противодействия совершению противоправных действий сотрудниками предприятия решается путем воспитания у персонала благонадежности и лояльности к предприятию. Благонадежность персонала проявляется в понимании и соблюдении правил и норм поведения на предприятии. Лояльность персонала проявляется в положительном отношении к предприятию, желании эффективно работать для достижения целей предприятия.

Благонадежность и лояльность персонала воспитываются руководством с помощью адаптации персонала. Различные виды и инструменты адаптации персонала могут применяться по отношению как к потенциальным и вновь нанятым сотрудникам, так и к уже работающим сотрудникам, которые участвуют в программе подготовки кадрового резерва.

К основным мероприятиям адаптации в контексте воспитания благонадежности и лояльности персонала относятся:

- 1) вхождение в коллектив, освоение норм и ценностей на предприятии;
- 2) знакомство со структурой предприятия и вертикалью власти;
- 3) приспособление к рабочему месту и рабочему пространству предприятия;
- 4) ознакомление с системой мотивации и стимулирования;
- 5) организацию досуга в период отдыха.

Участие потенциальных и вновь нанятых сотрудников в мероприятиях адаптации персонала позволяет в короткие сроки сформировать лояльность и благонадежность или, в противном случае, максимально быстро отсеивать неблагонадежных стажеров или сотрудников, что позволяет минимизировать экономические риски предприятия со стороны собственного персонала.

Также для воспитания благонадежности и лояльности персонала используются такие инструменты адаптации как наставничество и коучинг. Использование этих инструментов позволяет ускорить освоение специфики профессии и функциональных обязанностей, приспособление к рабочей среде и производственным процессам, происходящим на предприятии.

### **Список использованных источников**

1. Российский обзор экономических преступлений за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pwc.ru/ru/press-releases/2016/economic-crimes-2016.html> (Дата обращения: 18.03.2017). – Название с экрана.

2. Всемирный обзор экономических преступлений за 2016 год [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pwc.by/ru/publications/other-publications/economic-crime-survey-2016.html> (Дата обращения: 18.03.2017). – Название с экрана.

## **ВЛИЯНИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

В современных условиях развития экономики и предпринимательства в условиях неопределённости большое значение имеет исследование лидерских качеств менеджеров. Качества лидера – это совокупность психологических качеств, умений и способностей взаимодействовать с группой, которые способны обеспечить успешное выполнение лидерских задач и функций [1, с. 94].

Исследованием проблему лидерства и его влияния на эффективность развития кадрового потенциала проводили такие учёные как Т.Ю. Базаров, Б.Л. Ерёмин, Н.Н. Шаш и др.

По утверждения учёных, лидерство – это усовершенствование поведения и отношения к жизни через практику путем многократного повторения.

На наш взгляд, к качествам, которыми обязан владеть любой руководитель, можно отнести: видение перспективы, постановку целей, адаптацию, гибкость, настойчивость и умение общаться.

Видение перспектив развития и способности прогнозировать позволяет руководителям быть более гибкими, менять стратегию и направление развития предприятия, ориентируясь на возможную ситуацию.

Целеполагание или постановка целей служит основой для успешного видения перспектив и позволяет создать условия для постепенного обдуманного перемещения команды к большой цели, добиваясь результатов постепенно, маленькими шагами.

Адаптация возможна при широком общем кругозоре лидера, который сможет заметить и выделить наиболее важные направления и стратегии развития.

Руководителю следует постоянно иметь в запасе различные стратегии и методы, чтобы в каждой конкретной ситуации найти возможность подобрать более подходящий вариант, то есть руководитель должен быть гибким.

Настойчивость – это качество лидера взаимосвязано с силой личности, если индивид никак не останавливается перед лицом неприятностей и опасностей, кроме того, идет на оправданный риск.

Важным качеством лидера является коммуникабельность, способность стремительно налаживать контакты с людьми и уверенно чувствовать себя в коллективе.

Умение убеждать – это понятие означает эффективно использовать свой вербальный интеллект, лидерские эмоции, мимику и жесты для достижения целей команды. Сущность убеждения состоит из значимых доводов, ведь только таким образом умный человек способен прислушаться и принять точку зрения собеседника.

Чтобы собеседник быстрее принял нужную сторону, необходимо ввести в процесс коммуникации невербальные навыки. В их число входят поза, жестикуляция, интонация голоса, темп речи и другие. Их сущность действует на бессознательную сферу психики человека и поможет установить доверительный контакт.

Способность не только слушать, но и слышать – это понятие значит, что лидер может не только говорить, но и внимательно слушать, включая все без исключения каналы восприятия. Умение задавать логичные и точные вопросы сможет помочь получить информацию корректно и ненавязчиво.

Так же лидер должен иметь личностные качества. Быть уверенным в себе, чтобы внушать доверие и давать ощущение защищенности своей команде. Умение «держать себя в руках», выражать чувственное умиротворение в экстремальных ситуациях принадлежит людям с целостным внутренним миром [2].

Влияние – поведение одного лица, которое вносит изменения в поведение другого. Влиять на других людей можно через просьбу, пожелание, угрозу, шантаж, приказ, мнение и идею. Возможность влиять появляется в том случае, если одно лицо находится в определённой зависимости от другого. Руководитель имеет возможность влиять на других потому, что он наделён властью [3, с. 37].

Исходя из приведенных выше утверждений, предлагается рассмотреть несколько способов влияния на эффективность развития кадрового потенциала предприятия в условиях неопределённости.

Принудительный способ, когда руководитель заставляет подчиненных выполнять определенные задачи против их воли, стимулируя их страхом перед возможным наказанием, выговором, штрафом, замечанием, увольнением, снижением уровня зарплаты и так далее.

Способ воздействия, если руководитель среднего звена поддерживает контакт с вышестоящим начальством, он способен оказывать значительно большее влияние на подчиненных.

Способ использования квалификации. Если руководитель действительно профессионал своего дела, и доказал свою квалификацию на



практике, он может завоевать уважение подчиненных, как настоящий специалист.

**Информационный способ.** Каждый работник заинтересован в том, что ждет его в перспективе, и естественно, что первый этой информацией владеет руководитель, который потом дозирует её подачу своим подчиненным.

**Использование должности.** В процессе работы, все мы общаемся не столько с людьми, сколько с должностями, которые они занимают, ведь именно положение в иерархии компании влияет на тон, стиль общения и обращение.

**Способ авторитетного влияния.** Если человек смог завоевать авторитет среди своих подчиненных, поступками, способностями или другими способами, то он автоматически получает в их глазах лидерские качества.

**Способ поощрения.** Так уж устроен человек, что люди, которые могут наградить, помочь избежать наказания или повлиять на перспективу в его жизни, вызывают в нем подсознательное желание поддаваться воздействию.

В результате проведенного нами исследования мы выяснили, что воздействовать на подчиненных можно самыми различными способами, и стимулировать те из них, которые более легкодоступны. Но для того, чтобы достичь успехов в управленческой деятельности, применять способы воздействия на подчиненных следует осторожно и обдуманно, чтобы ваше руководство никак не напоминало диктатуру или командование. Комплексное использование различных способов влияния лидерских качеств позволит значительно повысить эффективность развития кадрового потенциала предприятия в условиях неопределённости.

### **Список использованных источников**

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин. – учебник. – М.: Юнити, 2000. – 258 с.

2. Качества лидера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.syl.ru/article/166764/new\\_kachestva-lidera-kakimi-kachestvami-obladaet-lider](https://www.syl.ru/article/166764/new_kachestva-lidera-kakimi-kachestvami-obladaet-lider) (Дата обращения: 02.03.2017). – Название с экрана.

3. Шаш Н.Н. Обучение персонала. Ситуационный менеджмент / Н.Н. Шаш. – М.: ИД «РАВНОВЕСИЕ», 2007. – 276 с.

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Важнейшей качественной характеристикой хозяйствования предприятия является эффективность производства. В свою очередь, результативность деятельности предприятия во многом зависит от уровня эффективности производственного персонала. Повышение эффективности управления персоналом заключается в максимальном использовании кадрового потенциала компании с оптимальными затратами для достижения целей компании.

Актуальность данных вопросов обусловлена тем, что для эффективного функционирования современного производства в условиях экономического кризиса необходима чёткая организация трудового процесса и стимулирования персонала предприятия.

Значительный вклад в изучение управления персоналом внесли отечественные экономисты Н.М. Бондарь [1], А.А. Воробьев [2], А.В. Захарова [2] и др.

Целью работы является обобщение теоретических подходов к повышению эффективности производственного персонала.

Под эффективностью труда персонала понимают социально-экономическую категорию, которая определяет степень достижения той или иной цели, соотносенной со степенью рациональности расходованных использованных для этого ресурсов.

По утверждению И. Голдрата, производительность одного ресурса предприятия измеряется только в совокупности с другими. Это объясняется тем фактом, что его мощность напрямую зависит от положения, занимаемого в цепочке других ресурсов [4].

Условно показатели эффективности управления персоналом можно разделить на три основные группы (рис. 1):

Факторами, положительно влияющих на изменение показателей производительности, являются: рост объёмов производства, снижение количества производственного персонала, увеличение средней продолжительности рабочего времени.

Рост производительности труда производственного персонала позволит повысить эффективность деятельности и конкурентоспособность предприятия [3].



Рисунок 1 – Показатели оценки эффективности управления персоналом

Факторами, положительно влияющих на изменение показателей производительности, являются: рост объёмов производства, снижение количества производственного персонала, увеличение средней продолжительности рабочего времени.

Рост производительности труда производственного персонала позволит повысить эффективность деятельности и конкурентоспособность предприятия [3].

С целью повышения производительности труда производственного персонала значительное внимание следует уделять квалификации управленческих кадров, способных внедрять новые методы и технологии управления персоналом. Эту задачу целесообразно решать путем повышения квалификации управленческого персонала предприятия, это способствует расширению диапазона теоретических знаний, практических умений и навыков управленцев.

Самые высокие результаты в сфере улучшения эффективности труда могут быть достигнуты при комплексном использовании перечисленных факторов. Эффективное управление персоналом заключается в максимальном использовании кадрового потенциала компании с оптимальными затратами для достижения целей компании.

Таким образом, в условиях рыночных отношений жизненно важным для дальнейшего развития субъектов хозяйствования и экономики в целом становится задача повышения производительности труда как источника реального экономического прогресса.

### **Список использованных источников**

1. Бондарь Н.М. Экономика предприятия: учеб. пособие. / Н.М. Бондарь. – К.А.С.К., 2014. – 400 с.

2. Воробьев А.А. Производительность труда как составляющая эффективности использования персонала промышленного предприятия [Электронный ресурс] / А.А. Воробьев, А.В. Захарова. – Режим доступа: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2011/iem/vorobyov/library/list2.htm> (Дата обращения: 02.03.2017).

3. Шевцова Г.С. Экономика труда и социально-трудовые отношения: узловые вопросы и практикум: учебное пособие / Г.С. Шевцова, В.А. Грицишин, Т.А. Тетешова – 2011. – 383 с.

4. Голдрат И. Цель: учебник / под ред. И. Голдрат. – М.: Знание, 1997. – 678 с.

**Федон Яна Дмитриевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях неопределенности и быстроизменяющейся внешней среды проблемы обеспечения безопасности для современных предприятий приобретают особую актуальность. В общей системе управления предприятием подсистема обеспечения безопасности тесно связана с подсистемой управления персоналом. Поэтому основным фактором обеспечения экономической безопасности предприятия становится его кадровая безопасность.

Вопросы кадровой безопасности и системы обеспечения экономической безопасности предприятий освещены во многих работах

учёных-экономистов, таких как Абалкин Л.И., Водянова В.В., Королев М.И., Кузнецов Д.А., Копейкин Г.К., Потемкин В.К. и др. На практике организации сталкиваются с рядом проблем, связанных с тем, что не существует единого универсального решения в управлении персоналом, которое позволило бы полностью предупредить и избежать угрозы с его стороны. Каждому предприятию необходимо разрабатывать персональную стратегию, определяющую способы управления и снижения рисков, связанных с поведением персонала организации [1].

Целью исследования является рассмотреть проблемы управления персоналом в системе обеспечения экономической безопасности предприятий, определить риски, связанные с действиями работников, а также меры по их предупреждению и преодолению.

Безопасность организации определяет состояние объекта защиты, при котором организовано максимально возможное противодействие угрозам как внешнего, так и внутреннего характера на этапах предупреждения, пресечения, ликвидации последствий. Кадровая безопасность определяется как состояние защищенности предприятия от кадровых опасностей и угроз, а механизмом её обеспечения является эффективное управление персоналом.

Целью управления персоналом в системе экономической безопасности предприятия, является поиск способов минимизации риска и угроз со стороны сотрудников. Можно выделить следующие виды угроз для предприятия со стороны персонала:

- хищение имущества предприятия;
- использование ресурсов предприятия в собственных целях;
- получение заработной платы за невыполняемую работу;
- шантаж компетентностью («я – незаменимый работник»);
- шантаж полномочиями (концентрация полномочий в одних руках);
- торговля коммерческими секретами, разглашение коммерческой тайны;
- дисциплинарные нарушения;
- вредные привычки.

Чтобы предупредить указанные риски, необходимо проводить проверку персонала при приеме на работу и своевременный контроль действий работников предприятия. Поэтому подбор кадров и квалифицированная работа с ними является одной из важнейших задач, стоящих перед любым предприятием [1]. Современные менеджеры также должны осознавать, что именно персонал является главным источником эффективного развития предприятия.

Для предупреждения и устранения вышеуказанных рисков необходимо построение сбалансированной системы контроля и управ-

ления персоналом, конечной целью которой является исключение проявлений противоправного поведения работников, и минимизация факторов, способствующих его возникновению. Промежуточные цели этой системы – пресечение неправомерных действий и нарушений профессиональной этики, а также создание условий для уменьшения потерь предприятия как от умышленных, так и от неумышленных действий сотрудников [1]. В связи с этим целесообразно устанавливать лояльное отношение сотрудников к организации, т.е. принимать комплекс мер по установлению позитивных отношений работников к работодателям.

Система, противодействия угрозам безопасности со стороны персонала должна состоять из трех основных и фундаментальных подсистем: 1) выявления и недопущения; 2) противодействия; 3) восстановления первоначального положения дел [2].

Возникающие угрозы предприятию со стороны собственного персонала нельзя предотвратить полностью, но ими можно управлять и свести к минимуму. Основной задачей обеспечения кадровой безопасности является недопущение проникновения в организацию лиц, относящихся к «группе риска». Поэтому при подборе персонала организации необходимо учитывать не только соответствие кандидатов требованиям должности, то есть уровень образования, опыт работы, индивидуально-личностные качества, но и их соответствие требованиям конкретной организационной культуры. В связи с этим целесообразно выделять несколько критериев надежности персонала, каждому из которых в идеале должен соответствовать сотрудник предприятия: 1) профессиональная надежность (определяется соответствием требованиям выполняемой работы); 2) психологическая надежность (определяется свойствами темперамента и характера личности); 3) моральная надежность (определяется степенью приверженности сотрудника компании, лояльностью и соответствием организационной культуре).

Для проверки персонала при приеме на работу служба безопасности крупных предприятий использует ряд методик и инструментов, позволяющих выявить неблагонадежность персонала, которые лучше использовать комплексно, включив такие направления проверки [3]:

- 1) уровень профессиональной пригодности;
- 2) степень удовлетворенности зарплатных ожиданий и перспектив соискателей;
- 3) отсутствие криминального прошлого и оценка наклонностей к правонарушениям;
- 4) отсутствие неприемлемых факторов, таких как алкоголизм, пристрастие к наркотикам, наличие психических отклонений;

5) идентификация личности соискателя и достоверность его документов, в том числе и об образовании.

Качественная проверка кандидатов на вакантную должность при приеме на работу помогает не только избежать найма неквалифицированных, но также и не лояльных сотрудников с проблемным прошлым, которые способны совершить незаконные действия в отношении работодателя или спокойно продать коммерческие тайны его конкурентам.

Таким образом, обеспечение кадровой безопасности зависит от трех основных факторов: найма, лояльности и контроля [2].

Человеческий капитал выступает основным условием экономического роста организации. Эффективность управления персоналом в системе обеспечения экономической безопасности предприятия достигается при помощи использования согласованных экономических, организационных и социально-психологических методов, а также путем формирования соответствующих мотивационных установок сотрудников. Таким образом, кадровая безопасность, являясь элементом комплексной системы безопасности предприятия, нацелена на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить как «безубыточные».

### **Список использованных источников**

1. Борзунов А.А. Система обеспечения экономической безопасности, основанная на совершенствовании технологии управления людскими ресурсами / А.А. Борзунов // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. №6(38). – Новосибирск: СибАК, 2014. – 234 с.

2. Беляцкий Н.П. Управление персоналом: учебное пособие для вузов / Н.П. Беляцкий, С.Е. Велесько, П.М. Ройш. – «Интерпресссервис», «Экоперспектива», 2002. – 352 с.

3. Копейкин Г.К. Экономическая безопасность в системе управления персоналом: учебное пособие / Г.К. Копейкин, В.К. Потемкин.– СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 116 с.

## **ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ РУКОВОДИТЕЛЯ**

Проблема лидерства все чаще привлекает к себе внимание, особенно в нестабильные периоды развития экономики и социально-трудовых отношений. На современном этапе в практике работы лучших предприятий при оценке качеств труда руководителя учитывается уровень и качество выполнения им основных ролей, каждая из которых состоит из комплекса лидерских функций управления.

Во многих исследованиях и научных трудах по менеджменту для характеристики лидерских качеств руководителей, ученые используют различные подходы к оценке особых качеств руководителя, которые присущи организаторским способностям. В частности, проблема лидерства как сложного явления изучается философами, психологами, менеджерами. Понятие «лидер» и качества лидера раскрыто в трудах Ж. Блонделя, Г. Альтмана, В. Бенниса, Дж. Бойетт. Значение лидерства для управления доказали О.С. Виханский, А.И. Наумов, А. Зуб, Т. Конти, И. Ладанов, С. Смирнов, М.М. Логунова и др.

Целью данного исследования является определение подходов к оценке лидерских качеств руководства на современных предприятиях.

Лидерство является неотъемлемой характеристикой руководителя, существенно влияет на качество управления трудовым коллективом и даже на уровень квалификации подчиненных работников. Главным свойством лидерства является способность руководителя к самостоятельному принятию решений, ведь только лидер может взять на себя ответственность за принятые решения, за результаты их выполнения. От руководителя трудового коллектива зависит многое, — он не только принимает решения, но и отвечает за рабочий климат, атмосферу, настроение коллектива. Сегодня предприятия стремятся максимально реализовать свой бизнес-потенциал, но эффективно управлять системой, ориентированной на достижение высоких показателей, может только руководитель-лидер.

Критериями эффективности руководителя Д. Осборн и Т. Геблер перечисляют такие, как: умение стимулировать к действиям, быть конкурентоспособным, ориентироваться на миссию организации, ориентироваться на клиента, быть предприимчивым, быть предусмотр-



рительными, ориентироваться на рынок, быть децентрализованным [3]. Лидерство также выступает одним из главных факторов повышения эффективности управления. Лучшие лидеры те, которые обеспечивают интеллектуальное лидерство, что предполагает умение анализировать предложения и идеи других; те, которые не только имеют знания, а могут ими поделиться.

Важной составляющей, которая влияет на потенциал менеджера, является его компетентность. От уровня профессиональной компетентности менеджеров зависит качество и своевременность выполнения поставленных задач в области планирования, организации поиска и отбора размещения, адаптации, оценки, стимулирования, движения, развития персонала.

Как справедливо отмечает Ж. Блондель, лидерство так же старо, как и человечество, оно универсально и неизбежно. Оно существует везде: в больших и в малых организациях, в бизнесе и в религии, в профсоюзах и в благотворительных организациях, в компаниях и университетах. Лидерство по своим намерениям и целям является признаком номер один любых организаций [1]. Лидерство – это отношения доминирования и подчинения, влияния и подражания в системе межличностных и групповых отношений.

Согласно определению понятия лидерства используют два критерия поведения лидера [2; 4]:

1) степень учёта фактора динамики поведения лидера. Критерий динамики поведения характеризует подход к изучению лидера: либо с позиции статики (анализ лишь только наличия определенных постоянных качеств, необходимых лидеру) или с позиции динамики (анализ образцов поведения, определенных действий лидера);

2) степень учёта фактора ситуационности. Критерий ситуационности характеризует подход к изучению лидера: либо с позиции универсальности (выделение единого лучшего способа воздействия) или с позиции ситуационности (для обеспечения эффективного лидерства следует учитывать изменение ситуации).

На рисунке 1 изображена матрица, в которой выделены четыре типа подходов к изучению лидерства:

Работники предприятия хотят, чтобы лидером был человек решительный, они должны быть уверены в том, что предприятие, и они находятся в надежных руках. Лидеры должны быстро реагировать на все изменения, как во внешней, так и во внутренней среде. Именно руководитель является ведущей фигурой процесса управления. Руководство – это процесс взаимодействия руководителя с другими людьми, в результате которого обеспечивается их активное, скоординированное участие в достижении цели.

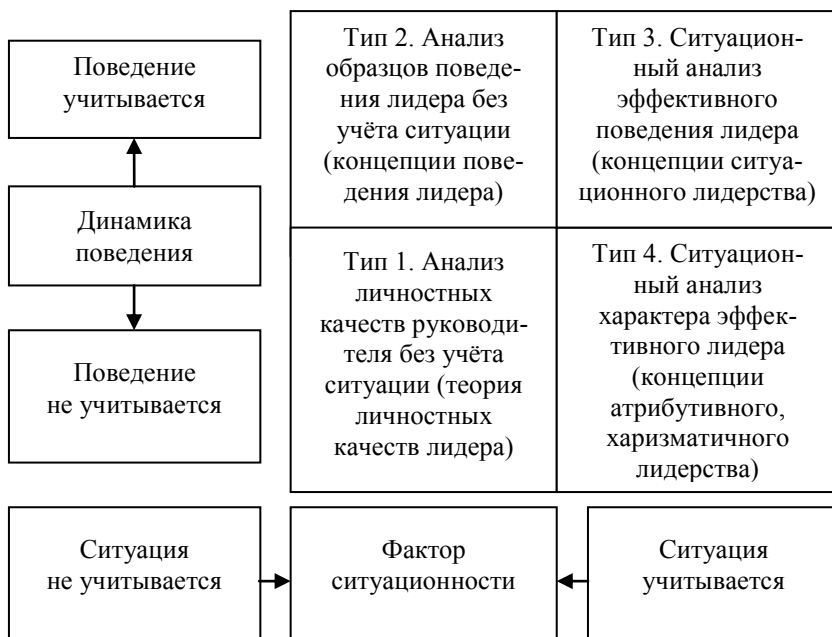


Рисунок 1 – Классификация подходов к изучению лидерства по Виханскому О.С. и Наумову А.И.

По результатам многочисленных исследований теории личных качеств были выделены такие качества и черты характера, которые чаще всего демонстрировали эффективные лидеры:

1) интеллектуальные способности: ум и логика, умеренность, проницательность, оригинальность, концептуальность, образованность, знание дела, языковая развитость, любознательность, интуитивность;

2) черты характера личности: инициативность, гибкость, бдительность, творчество, честность, целостность личности, смелость, самоуверенность, уравновешенность, независимость, амбициозность, потребность в достижениях, настойчивость, упрямство, энергичность, работоспособность, агрессивность, обязательность;

3) приобретенные умения: умение кооперироваться, умение завоевать популярность и престиж, такт и дипломатичность, умение принимать на себя риск и ответственность, умение организовывать, умение убеждать, умение изменять себя, умение быть надежным, умение шутить и понимать юмор, умение разбираться в людях.

Анализ работ, в которых исследуются лидерские качества, позволяет выделить группы качеств, характеризующих соответствующие типы лидерства:

– для интеллектуального лидерства – это большая скорость интеллектуальных процессов, эрудиция, привлекательность для окружающих, справедливость в оценке других, общительность

– деловому лидерству присуще умение найти эффективный подход, умение заставить и одновременно готовность оказать помощь;

– практическое лидерство базируется на преимуществах в практической сфере взаимодействия – лидер-практик выступает как организатор групповой деятельности и при этом проявляет такие свои личностные качества как смелость, уверенность в своих действиях, способность достигать поставленных целей путем распределения обязанностей и контроля над ходом её достижения.

Итак, повышая эффективность работы учреждения, необходимо обратиться к личности руководителя. Развивая и совершенствуя личностные качества руководителей, изменяя стиль руководства, можно повысить эффективность работы.

Лидерство является неотъемлемой характеристикой руководителя, особенно влияет на качество управления трудовым коллективом и даже на уровень квалификации подчиненных работников. Современный руководитель должен постоянно совершенствоваться, а также развивать трудовой потенциал подчиненных, мотивировать работников к эффективному сотрудничеству.

### **Список использованных источников**

1. Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель. – М.: Рос. акад. упр., 2012. – 135 с.

2. Виханский О.С. Менеджмент: учебник. – 5-е издание. / О.С. Виханский, А.И. Наумов – М.: Магистр: Инфра-М, 2014. – 576 с.

3. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения / под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2012. – 400 с.

4. Соболев С. Менеджмент [Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни] / С. Соболев, В. Багацький. – К., 2010. – 229 с.

**Черепашенко Елена Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени  
Тараса Шевченко»**

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Проблемы управления персоналом в системе обеспечения экономической безопасности предприятий требуют полного рассмотрения целенаправленной деятельности руководящего состава организации, подразделений системы управления персоналом, включающих разработку концепций и стратегий кадровой политики, принципов и методов управления персоналом [3].

Экономическая безопасность анализирует и регулирует проблемы финансовой обеспеченности предприятия, устойчивости к банкротству, устанавливает характеристики платежеспособности и прочие «денежные» свойства [1].

В единой концепции управления предприятием система предоставления экономической безопасности непосредственно сопряжена с подсистемой управления персоналом [4].

На наш взгляд основными являются следующие проблемы эффективности управления персоналом на предприятии:

Отсутствие основательно подготовленных менеджеров в сфере управления персоналом, которые владеют необходимыми навыками использования инструментов менеджмента в практической деятельности.

Персонал большинства предприятий не готов к кардинальным изменениям в системе управления персоналом. Внедрение инноваций сопровождается риском, который в условиях неопределенности внешней среды трудно спрогнозировать.

Постоянный недостаток финансовых ресурсов для реализации намеченных изменений в сфере управления персоналом.

Несовершенство системы мотивации персонала. Большинство современных предприятий используют лишь отдельные элементы мотивации персонала, которые не могут стать стимулом к активизации работы персонала. Несовершенство системы мотивации также обусловлено недостатком финансовых и прочих видов ресурсов предприятия.

Занижена роль персонала на предприятии. На предприятии персонал должен рассматриваться как стратегический ресурс обеспечения

его конкурентоспособности, а не только как рабочая сила, необходимая для выполнения конкретного задания.

Несовершенство законодательной базы управления персоналом. В виду отсутствия совершенных механизмов управления персоналом, персонал многих предприятий не имеет достойной правовой защиты.

В большинстве предприятий линейная, линейно-функциональная или функциональная организационная структура управления, которые не могут быстро реагировать на изменения, происходящие во внешней среде.

Несовершенство стиля и методов управления персоналом. Устаревший, наследственный от советской системы авторитарный, бюрократический стиль управления с использованием преимущественно организационно-распорядительных методов управления, не дает возможность создать благоприятную атмосферу для внедрения концепции эффективного управления персоналом.

Недостаточное информационное обеспечение управления персоналом. Качественное информационное обеспечение является предпосылкой успеха предприятия в сфере управления персоналом, но в настоящее время лишь незначительное количество предприятий владеет необходимым объёмом информации, на основании которой можно принимать и реализовывать адекватные управленческие решения.

Недостаточное развитие корпоративной культуры, как следствие авторитаризма или лишнего либерализма во многих предприятиях, приводит к потере конкурентных позиций предприятия [2].

Все выше перечисленное требует разработки и реализации комплекса мероприятий управленческого, организационного, экономического и социального характера, направленных на улучшение конечных результативных показателей управленческого процесса, так как возможность карьерного продвижения является одним из наиболее мощных и эффективных стимулов персонала к качественному выполнению работ и своих должностных обязанностей. Реализация таких мероприятий способствует повышению результативности процесса управления персоналом и предприятием в целом.

### **Список использованных источников**

1. Шегельман И.Р. Кадровая безопасность: учебно-методическое пос. / И.Р. Шегельман, М.Н. Рудаков. – Петрозаводск: Изд-во Петр ГУ, 2006. – 96 с.

2. Копейкин Г.К. Экономическая безопасность в системе управления персоналом: учебное пособие. / Г.К. Копейкин, В.К. Потемкин – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 116 с.

3. Рыжов Р.О. Кадровая безопасность: опыт социологической концептуализации [Электронный ресурс] / Р.О. Рыжов. – Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf> (Дата обращения: 02.03.2017).

4. Экономическая безопасность: учебник для вузов / под общ. ред. Л.П. Гончаренко, Ф.В. Акулинина. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 478 с.

**Шевченко Виктор Иванович**  
ассистент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОТДЕЛЬНЫХ ВОПРОСОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Система здравоохранения традиционно относится к непродувиженной сфере экономики. Она участвует в перераспределении доходов общества, потребляя для своего нормального функционирования не менее 6–6,5% от валового внутреннего продукта [3]. Несмотря на это, экономическая деятельность в системе здравоохранения в современной научной литературе все чаще рассматривается с тех же позиций, что и экономика материального производства [5]. Весомым аргументом в пользу этого выступила теория Бурдые о конвертации капитала [4]. Согласно её, в условиях современного информационного общества система здравоохранения, принимает активное участие в улучшении человеческого капитала, который легко конвертируется в экономический капитал общества. Последовательно развивая эту мысль можно прийти к выводу о социально-экономической сущности труда работников здравоохранения и признать его производительный характер. В таком случае основной характеристикой развития производительных сил в системе здравоохранения будет производительность труда. Она должна определять уровень заработной платы в отрасли и быть важнейшим фактором формирования инструментов системы управления персоналом в медицинских учреждениях [1]. В тоже время, в научной литературе не сложилось единого мнения по вопросу определения места и роли производительности труда медработников в системе экономических методов управления персоналом.

Целью работы является социально-экономическое обоснование места и роли производительности труда медработников в системе экономических методов управления персоналом.

С точки зрения управления персоналом производительность труда интересна тем, что, в конечном счете, она определяет степень материального вознаграждения работника. Правильное использование инструмента материального вознаграждения мотивирует персонал к работе. Это, в свою очередь, наряду с развитием средств труда, ведет к повышению производительности труда. Так в упрощенном виде представляется цикл функционирования экономического механизма управления персоналом. Связь между производительностью труда и мотивированием работника к труду очевидна, однако в системе здравоохранения она имеет свои особенности.

Особенностью производительных силы системы здравоохранения есть то, что именно живой труда лежит в основе целесообразной деятельности медработников. Мотивация персонала к работе играет решающую роль в повышении производительности труда.

Существует два противоположных взгляда на проблему мотивации работников системы здравоохранения. Одни ученые утверждают, что низкая мотивация работников здравоохранения, во многом связана с недофинансированием, и, прежде всего с низким уровнем заработной платы [1; 5]. С другой стороны, резонно мнение о том, что экономические стимулы не всегда мотивируют медицинский персонал повышать качество оказываемых услуг [4]. В системе здравоохранения описана «болезнь Боуэна», характерная для большинства творческих отраслей [2]. Суть её заключается в том, что производительность труда в исполнительском искусстве возрастая не может, а, следовательно, и заработная плата работников от неё не зависит.

Выраженная дуальность в трактовке такой экономической категории как производительность труда ставит под вопрос емерджентность системы здравоохранения с точки зрения, рассматриваемой нами проблемы. Выходом, на наш взгляд, может быть дифференцированный подход к применению экономических методов управления персонала на различных уровнях системы здравоохранения. Там где, производительность труда может быть системообразующим фактором оплату труда медработников необходимо ставить с ней в соответствие. Это, прежде всего, второй уровень системы здравоохранения, где преимущественно оказывается высокотехнологическая медицинская помощь. На этом уровне производительность труда может быть вычислена через трудоемкость применяемых технологий как комплексный показатель включающий индикаторы качества процесса и полученного результата. На первом уровне медицинской помощи, где производительность труда не может ставится в соответствие с полученным вознаграждением, экономические механизмы управления персоналом должны базироваться на бюджетировании. Размер материального вознаграждения в

системе здравоохранения не должен резко отличаться у медработников первого второго и третьего уровней. Это должно определять величину доплат на первом и частично на третьем уровне оказания медицинской помощи.

Таким образом, в системе здравоохранения необходим дифференцированный подход к применению экономических методов управления персоналом, базирующихся на производительности труда. На втором уровне оказания медицинской помощи целесообразно ставить производительность труда в соответствие с материальным вознаграждением работника. Последняя должна вычисляться косвенно – через трудоемкость применяемых технологий.

### **Список использованных источников**

1. Вальчук Э.А. Базы организационно-методической службы и статистического анализа в здравоохранении / Э.А. Вальчук, Н.И. Гулицкая, Ф.П. Царук. – Мн.: БелМАПО, 2007 – 480 с.

2. Игнатъева Е.Л. Экономика культуры: учебное пособие / Е.Л. Игнатъева 3-е изд., уточ. и доп. – М.: Изд-во «ГИТИС», 2009. – 283 с.

3. Шамшурина Н.Г. Показатели социально-экономической эффективности в здравоохранении. – М.: МЦФЭР, 2005. – 328 с.

4. Шматко Н.А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё / Н.А. Шматко // Социологические исследования. – М., 2003. – №8. – С. 113–120.

5. Титов В.И. Экономика предприятия: учебник / В.И. Титов. – М.: Эксмо, 2008. – 365 с.



## **РАЗДЕЛ 4**

### **АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

**Агафонова Елена Владимировна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

#### **ФИНАНСОВЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Рыночные методы хозяйствования и соперничества заставляют предприятия повышать результативность их деятельности, которая развивает способность предприятий к финансовому выживанию.

Особенный интерес приобретают проблемы управления капиталом предприятия. В процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятия капитал используется как инвестиционный и производственный ресурс, и при этом он выступает носителем аналитической информации с целью управления предприятием на основе кругооборота капитала.

Результативность деятельности предприятия в большей степени представляется показателями эффективности применения капитала [2, с. 58–60].

Организация, использующая только лишь собственный капитал, имеет высокую финансовую устойчивость (если коэффициент автономии равен единице), однако ограничивает скорость собственного раскручивания (в частности не может обеспечиваться формирование необходимого прибавочного объёма активов в период подходящей конъюнктуры рынка) и не использует финансовые возможности прироста прибыли на вложенный капитал.

Соотношение собственного и заемного капитала является одним из основных факторов, позволяющих повысить рыночную стоимость предприятия. При проекте лучшей структуры капитала нужно отталкиваться от того, что она обладает оптимальным уровнем финансовой подчиненности, и что такая структура капитала зависима в большой степени от делового риска, свойственного определенному промышленному сектору, то есть нужно учесть деятельность определенного исследуемого предприятия, потому что даже внутри одной отрасли

предприятия могут содержать разнообразную оптимальную структуру капитала [2, с. 351–352].

Всякое предприятие пытается добиться оптимальности в соотношении между каналами финансирования, так как структура капитала воздействует на его стоимость. Повышение задолженности может увеличить риск фирмы, и повлиять на способность предприятия рассчитаться с собственными кредиторами.

Задача оптимизации структуры капитала с учётом заданного уровня доходности и риска, может разрешаться разнообразными методами.

Главным критерием эффективности привлечения заемного капитала есть соотношение собственного и заемного капитала, при котором повышается отдача на собственные средства предприятия.

Разумеется, что предприятию прибыльно привлекать заемный капитал, до тех пор, пока прибыль на свои средства больше, чем процент по кредиту. Безусловно, все притоки финансирования являются не бесплатными. Тем не менее, стоимость видов источников средств многообразна. Вследствие этого разумно всеобщую стоимость капитала предприятия вычислять по формуле средней арифметической взвешенной, то есть показателем, отображающим сравнительную величину общей суммы затрат на поддержку лучшей структуры капитала, которой является средневзвешенная стоимость капитала.

Таким образом, оптимизация предоставляет возможность не только лишь найти решение задачи, но и выработать управленческие мероприятия. При развитии эффективной структуры капитала разумно применить два метода: увеличение рентабельности собственного капитала, и уменьшение всеобщей его стоимости [1, с. 78–96].

Перед проведением процедур по оптимизации структуры капитала нужно, прежде всего, произвести ряд действий по росту рентабельности, главным резервом роста которой является снижение себестоимости продукции.

На основе обнаруженных резервов, в число которых входят проверка имеющихся норм расхода материалов, механизация и автоматизация производства, увеличение процента выхода годных изделий, жесткий контроль за исполнением сметы коммерческих, общепроизводственных и общехозяйственных расходов, разрабатываются организационно-технические процедуры, обращенные на мобилизацию запасов дальнейшего понижения себестоимости продукции, совершенствования качества и роста эффективности производства предприятия [3, с. 57].

Вследствие выше изложенных мер, освобожденные средства предприятие может применить для увеличения оборотных средств

(то есть снизить долю заемного капитала), для расширения производства (то есть выпуск новейшей высокорентабельной продукции), для модернизации и реконструкции основных средств.

### **Список использованных источников**

1. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций / В.В. Бочаров // Финансы и статистика. – М.: 2006. – С. 78–96.

2. Каратуев А.Г. Финансовый менеджмент: учебно-справочное пособие / А.Г. Каратуев : ИД ФБК-ПРЕСС. – М. 2006. – 496 с.

3. Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями. – М., 2000. – 429 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/lib/data/access/ram/ticket/75/> (Дата обращения: 15.03.2017).

**Аксенов Дмитрий Анатольевич**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

Одним из основных налогов, зачисляемых в местный бюджет, является подоходный налог (налог на доходы физических лиц).

Основной характерной особенностью подоходного налога является его социально-экономическое значение, так как его платит всё работающее население страны. Увеличение (уменьшение) бюджетных поступлений происходит пропорционально экономическому росту (спаду) населения.

Открытым вопросом подоходного налогообложения является достижение оптимального соотношения между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога.

В мире используются две основные шкалы подоходного налогообложения: прогрессивная шкала – предусматривает увеличение налоговых ставок в зависимости от роста дохода и единая (плоская) шкала налогообложения – построена по принципу единой ставки налога при любом уровне дохода.

В Луганской Народной Республике законодательно определена единая ставка подоходного налога – 13%.

Согласно результатам анализа данного научного исследования, осуществлённого при прохождении производственной практики на базе ОГНИ в Ленинском районе г. Луганска ГКНС ЛНР, подоходный налог (НДФЛ) является бюджетообразующим источником доходов Ленинского и Каменнобродского районов г. Луганска.

В 2015 году удельный вес НДФЛ составлял 66% от общей мобилизации денежных средств, а за девять месяцев 2016 года – 70%.

Кроме того, с начала 2015 года в силу вступил Закон ЛНР «О системе налогообложения Луганской Народной Республики» от 30 декабря 2014 г. №4-П, согласно которого осуществлена постанoвка на налоговый учёт, как малого, так и крупного бизнеса, постепенно начинает развиваться экономика, налоговые органы начинают полноценно функционировать и обеспечивать ежемесячные налоговые поступления как в государственный (республиканский) бюджет, так и в местные бюджеты. В связи с этим поступления НДФЛ в местные бюджеты Ленинского и Каменнобродского районов г. Луганска и его удельный вес в общей мобилизации денежных средств увеличивается, причём в значительной степени, с 1% от общих годовых поступлений НДФЛ в 1 квартале 2015 до 52% – в 4 квартале 2015 г. Данный факт подтверждает вышеуказанное утверждение о «гибкости» подоходного налога и его социально-экономическом значении.

В связи с этим целесообразно остановиться на вопросе о возможности внедрения в ЛНР прогрессивной шкалы подоходного налогообложения, применяемой на территории Украины в 90-х годах.

К примеру, можно рассмотреть в таблице 1 прогрессивную шкалу подоходного налога, пропорционально составленную на основе статьи 8 Закона Украины «О подоходном налоге с граждан Украины, иностранных граждан и лиц без гражданства» от 05.07.1991 г. №1306-ХІІ [1].

Даже не проводя сложных и объёмных расчетов, мы можем отметить следующее. Минимальная заработная плата не облагается, следовательно, с одной стороны это социальная защита граждан, с другой – потери бюджета, плюс к этому добавляется схема минимизации подоходного налога, т.е. «зарплата в конвертах», т.е. официальная заработная плата у недобросовестных работодателей будет составлять 2900 руб. Данная минимизация фонда оплаты труда повлечет за собой как сокращение поступления в бюджет подоходного налога, так и единого социального взноса, который на данный момент составляет 31% от фонда заработной платы.

**Таблица 1 – Прогрессивная шкала подоходного налога**

Размер месячного дохода, руб.	Ставка налога
2900	не облагается
2900 – 23000	12% суммы, превышающей 2900 руб.
23001 – 30000	2412 руб.* + 15% суммы, превышающей 23000 руб.
30001 – 45000	3462 руб.** + 20% суммы, превышающей 30000 руб.
45001 и более	6462 руб.*** + 30% суммы, превышающей 45000 руб.

2900 руб. – минимальная заработная плата;

\* 2412 руб. =  $[(23000 - 2900) * 12\%]$ ;

\*\* 3462 руб. =  $[(23000 - 2900) * 12\%] + [(30000 - 23000) * 15\%]$ ;

\*\*\* 6462 руб. =  $[(23000 - 2900) * 12\%] + [(30000 - 23000) * 15\%] + [(45000 - 30000) * 20\%]$ .

Далее, по словам министра труда и социальной политики ЛНР в Республике трудоспособное население составляет 749 тысяч лиц, из них приблизительно 60% занято в бюджетной сфере» [2]. Заработная плата работников бюджетной сферы относительно не велика, примерно до 15000 руб., следовательно, большая часть трудящихся Республики получают право уменьшить свой налогооблагаемый доход на минимальную заработную плату (2900 руб.), а остаток обложить по ставке не 13% как при плоской шкале, а 12%. Снова видим с одной стороны – улучшение финансового состояния для граждан, с другой – потери бюджета.

Для предотвращения вышеуказанных негативных последствий, государству необходимо обеспечить прозрачность трудовых отношений путём развития у населения налоговой культуры, расширения полномочий контролирующих органов (налоговая, прокуратура, МВД и прочие), ужесточением ответственность за нарушение трудового и налогового законодательства со стороны не только работодателя, но и работника.

#### **Список использованных источников**

1. Закон Украины «О подоходном налоге с граждан Украины, иностранных граждан и лиц без гражданства» №1306 от 05.07.1991 г. – XII [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1306-12/page> (Дата обращения: 01.03.2017). – Загл. с экрана.

2. Официальный сайт Государственного информационного агентства «Луганский Информационный Центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lug-info.com/comments/one/ministr-truda-i-sotspolitiki-lnr-svetlana-malakhova-nasha-sotsialnaya-politika-adresno-napravlena-na-cheloveka-421> (Дата обращения: 01.03.2017). – Загл. с экрана.

**Базакуца Виктория Сергеевна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ**

На сегодняшний день автокредитование находится на подъеме. Неизменный интерес граждан к приобретению автомобиля в рассрочку позволяет делать оптимистичные прогнозы об успешном продвижении этого типа кредитных отношений [1].

Начиная с 2008 года, спрос на льготный автокредит превысил все ожидания. В рамках этого проекта, в 2010 году было получено более 150 тысяч льготных кредитов. Стандартные кредитные программы, при покупке авто зарубежного производства продемонстрировали высокую потребность, при этом увеличив свои показатели на 20–25% в сравнении с 2007 годом [1].

Что касается самых выгодных автокредитов 2015–2016 гг., то лучшие показатели в этой области показал ПАО «ОТП БАНК», предлагающий выгодный баланс процентных ставок и взимаемых комиссий (табл. 1).

***Таблица 1 – Процентные ставки на покупку  
автомобиля в кредит в ПАО «ОТП БАНК» [2]***

Срок кредита	Размер авансового взноса от 20% (включительно) до 49,99%	
	Процентная ставка на срок от 1-го до 12-го месяца (включительно)	Процентная ставка на срок от 13-го месяца до окончания срока кредита
до 12 месяцев	20,00%	-

Продолжение табл.1

до 24 месяцев	22,50%	UIRD + 4%* (плавающая)
до 36 месяцев	23,50%	UIRD + 5%* (плавающая)
до 72 месяцев	25,00%	UIRD + 6,5%* (плавающая)
Срок кредита	Размер авансового взноса от 50% (включительно) до 74,99%	
	Процентная ставка на срок от 1-го до 12-го месяца (включительно)	Процентная ставка на срок от 13-го месяца до окончания срока кредита
до 12 месяцев	18,50%	-
до 24 месяцев	21,00%	UIRD + 2,5%* (плавающая)
до 36 месяцев	22,00%	UIRD + 3,5%* (плавающая)
до 72 месяцев	23,50%	UIRD + 5%* (плавающая)
Срок кредита	Размер авансового взноса от 75%	
	Процентная ставка на срок от 1-го до 12-го месяца (включительно)	Процентная ставка на срок от 13-го месяца до окончания срока кредита
до 12 месяцев	13,50%	-
до 24 месяцев	16,50%	UIRD - 2%* (плавающая)
до 36 месяцев	18,00%	UIRD - 0,5%* (плавающая)
до 72 месяцев	20,50%	UIRD + 2%* (плавающая)

\* В любом случае процентная ставка по кредиту должна быть не выше 50,00%.

Преимущества кредита на автомобиль от ПАО «ОТП БАНК»:

- первоначальный взнос – всего 20%;
- удобный срок кредитования – до 6 лет;
- гибкие процентные ставки – Вы сами выбираете удобную ставку, в зависимости от срока кредитования;
- возможность добавить в кредит стоимость дополнительного оборудования автомобиля;
- возможность приобретения дополнительной страховки для водителя и автомобиля от компании «Корис»;

– единая комиссия за открытие текущего счета и кассовое обслуживание;

– отсутствие комиссий:

– за обслуживание кредита;

– за досрочное погашение кредита.

Перспективы. Теперь стоит сказать, что ждет покупателей и продавцов автомобилей в ближайшем будущем. На первом месте, скорей всего будут кредитные программы, разработанные ведущими банками страны и популярными автоконцернами. ПАО «ОТП БАНК» сможет существенно усилить свое присутствие и значение на рынке автокредитов также предлагая самые низкие ставки на приобретение новых автомобилей.

Таким образом, современный сектор автокредитов – это быстрое изменение конъюнктуры, на которую не всегда успевают реагировать покупатели и продавцы на рынке.

Потенциальный клиент, прежде всего, смотрит на годовой процент и общую стоимость кредита и только после этого начинает изучение кредитного договора.

Чаще всего, предпочтение отдается тем банкам, которые наглядно демонстрируют минимальные ставки к выдаче кредитов и предлагают покупателю авто интересные акции и заманчивые предложения по кредиту.

Подводя итоги, из вышесказанного, стоит отметить то, что автокредитование остается самым востребованным методом приобретения автомобилей.

### **Список использованных источников**

1. Седых А.А. Как правильно выбрать автокредит / А.А. Седых // Газета. – 2013. – №15. – С. 3–5.

2. Официальный сайт ПАО «ОТП БАНК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.otpbank.com.ua/privateclients> (Дата обращения: 15.03.2017). – Название с экрана.



## **ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ**

Переход к рыночным формам хозяйствования, осуществляемый в настоящее время, создание условий более жесткой конкуренции приводят к несостоятельности отдельных субъектов хозяйствования или их временной неплатежеспособности [1; 2]. Для них характерны: неэффективное управление, кризис платежей, высокая степень износа основных средств, рост объемов просроченной кредиторской задолженности, дефицит оборотных средств, что отрицательно сказывается на развитии экономики в целом. Потому стратегия выхода предприятия из кризисного состояния достаточно актуальна сейчас, тем, что преодоление кризиса дает возможность продлить жизнедеятельность предприятия, обеспечить его возрождение на том же или более высоком уровне.

Научно-производственное объединение «Берег» является одним из ведущих разработчиков и производителей противопожарного оборудования. Серийное производство пожарных рукавов начато в 1929 году. Сегодня выпуск пожарной автомобильной техники нового поколения – одно из главных направлений деятельности научно-производственного объединения «Берег».

Однако с 2015 года наблюдается снижение объемов реализации и выпуска товарной продукции. Кризис взаимных платежей, отсутствие необходимых оборотных средств на производство обусловили трудности с покупкой необходимого сырья и материалов, что негативно сказывается на объемах выпуска продукции.

Важнейшей характеристикой деятельности предприятия является ритмичность выпуска продукции. Ритмичность выпуска продукции означает, что изготовление продукции и сдача её на склад должны осуществляться в соответствии с графиком. Он определяется как отношение фактически выпущенной продукции в пределах плана к плановому выпуску продукции.

Коэффициент ритмичности в 2016 году составил 0,2637. Это свидетельствует, что производство неритмично, и потери в выпуске продукции составили 41455 тыс. руб. Неритмичность производства влечет за собой ухудшение качества, сверхурочные работы,

непроизводственные расходы. Причинами неритмичности производства являются тяжелое финансовое положение предприятия, низкий уровень организации технологии, материально-техническое обеспечение производства, а также неплатежеспособность потребителей. В свою очередь, неритмичность производства ухудшает все экономические показатели, снижается качество продукции, увеличивается объём незавершенного производства, повышается себестоимость продукции, уменьшается сумма прибыли.

Изучив перспективы роста объёмов деятельности предприятия, можно сказать, что оно обладает средними возможностями к выживанию и дальнейшему развитию. Основной его задачей является получение дополнительных финансовых ресурсов для вывода предприятия из кризисного положения и дальнейшего его развития. Необходимо разработать стратегию выхода предприятия из кризисного положения [3; 4].

В настоящее время научно-производственное объединение «Берег» является неплатежеспособным и финансово нестабильным предприятием. Мерами для восстановления платежеспособности предприятия могут быть: изменение структуры предприятия, с выделением прибыльных производственных подразделений; сохранение сложившихся хозяйственных связей; проведение инвентаризации запасов и оборудования с целью выявления излишков; анализ более рентабельных изделий у потребителей и сосредоточение внимания на их производстве; снижение себестоимости продукции; совершенствование ценообразования на выпускаемую продукцию. Суть ценовой стратегии выживания проста – снижать цены на товары, чтобы привлечь покупателей; повышение квалификации менеджеров.

Наиболее важными целями научно-производственного объединения «Берег» по выходу из кризисного положения являются: повышение эффективности производства, увеличение объёмов выпуска продукции, расширение рынков сбыта, оптимизация финансовых ресурсов, развитие производственных мощностей, повышение конкурентоспособности продукции.

### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» №127–ФЗ от 26.10.2002 г. (с изм. и доп. вступил в силу с 29.03.2016 г.).

2. Иванов Г.П. Банкротство: стратегия и тактика выживания / Г.П. Иванов, В.А. Кашин [и др.] ; Междунар. ин-т рыноч. исследований. – М.: СПМЛИ «ПСБ Трейдинг. Инк», 1993. – 350 с.

3. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятий / Ю.В. Гусев – СПб.: Изд. СПб УЭФ, 1992. – 160 с.

4. Кобзев П.М. Стратегическое управление предприятием. Конспект лекций / П.М. Кобзев– Х.: Изд. ХГЭУ, 2002. – 164 с.

**Крикун Надежда Александровна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Методическими основами исследования инвестиционных процессов на предприятии являются: принцип системности; подчинение цели каждого этапа развития единой стратегической цели – эффективности инвестирования; концентрация целевых инвестиционных средств, которые направляются на инвестиционное развитие; возможность координации, маневра и контроля за мобилизацией, расходом и оборачиваемостью вложенных средств, в том числе с учётом тактических и стратегических вложений.

Эффективное управление инвестиционной деятельностью предприятия должно основываться на новых, прогрессивных экономических методах, которые отвечают уровню сложности исследования инновационно-инвестиционных процессов на предприятиях. Одно из направлений решения этой проблемы может быть основано на использовании системы мониторинга. Она предусматривает постоянное наблюдение за контролируемыми показателями инвестиционной деятельности предприятия, определение величины и причин отклонений фактических результатов от предусмотренных программой развития [2, с. 36].

Необходимость применения системы мониторинга в современных экономических условиях влечет за собой изменение самой концепции анализа, его методологии, функций и методов. На такую целевую направленность может претендовать определенным образом структурированная система анализа, концепция (предмет и объекты, принципы, методология, структура, функции, состав и содержание задач, условий, методов и процедур их реализации), которая разрабатывается в аспекте управления инвестиционной деятельностью предприятия.

По периодичности и степени детализации решаемых задач мониторинг может быть концептуально представлен тремя большими

комплексами: ситуационный анализ, параметрический анализ, стратегический анализ.

Предложенный подход к проведению мониторинга на основе экономических индикаторов дает возможность более обоснованно и дифференцированно осуществлять диагностику реализации комплексных программ инвестиционного развития предприятия.

Наибольшие трудности вызывает процедура инвестирования мобилизованных средств, поскольку инвестиции, привлекаемые на инвестиционную деятельность, необходимо распределить так, чтобы с их помощью решались как текущие проблемы, так и проблемы среднесрочного и долгосрочного периода.

Учитывая ограниченную возможность увеличения объемов финансовых ресурсов, предназначенных для инвестирования инвестиционных мероприятий, оптимизируется структура использования имеющегося объема финансовых ресурсов.

Генеральная цель, стоящая перед управляющим органом по вопросам регулирования инвестиционной деятельности – это обеспечение соответствия динамики изменения уровня инвестиционного потенциала динамике изменения ресурсных затрат на производство продукции [1].

Необходимость повышения уровня активности инвестиционной привлекательности предприятия требует существенной корректировки в составе и величине потребляемых ресурсов – двух основных параметров, определяющих динамику развития. С повышением уровня развития возникает противоречие между ограниченностью ресурсов и безграничностью расширения потребности в них, которая решается путем перехода с преимущественно экстенсивных на интенсивные факторы развития и расширения производства [2].

В анализе инвестиционных процессов интерес представляют те данные о потенциальной возможности и фактическое расходование ресурсов, которые позволяют определить, с какими ресурсами воспроизводства связано производство единицы валового продукта предприятия и в какой мере на эту величину влияют особенности инвестиционного потенциала всего хозяйственного комплекса предприятия. Эти соотношения не могут быть использованы для выводов об эффективности развития предприятия, но их можно применять в аналитических целях.

Организационной основой для управления инвестиционным потенциалом предприятия может стать единый банк информации на базе инвестиционного центра, который бы строил свои отношения с производителями и потребителями «продукции» по рыночной модели «спрос-предложение». Это дало бы возможность многоцелевого использования

информации, а также обеспечило бы количественную взаимозависимость между затратами на проведение этих работ и полученными результатами.

#### **Список использованных источников**

1. Иванова А.Р. Проблемы обеспечения инвестиционной безопасности промышленных предприятий / А.Р. Иванова, И.В. Дмитриева [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – Режим доступа: <http://publikacia.net/archive/2016/4/8/14> (Дата обращения: 14.03.2017).

2. Ендовицкий Д. А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: Методика и практика / Д.А. Ендовицкий; под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 398 с.

**Матюшко Анна Алексеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ**

Важнейшими индикаторами уровня жизни являются распределение и дифференциация доходов населения.

Если сравнить распределение денежных доходов в Украине и России, то в России намного выше минимальный уровень доходов – 5000 руб. (75 дол. США) чем в Украине – 480 грн (20 дол. США). Что касается группы с максимальным уровнем доходов, то в России уровень доходов составляет выше 60000 руб. (908 дол. США) с 8,3% населения, в Украине выше 3720 грн (155 дол. США) с 5,2% населения. Это значит, что основная масса населения – 94,8% в Украине имеет доход меньший 155 дол. США, в России меньше 30% населения имеют доход меньший 155 дол. США [1; 2].

Дифференциация доходов населения – разница в уровне денежных доходов различных слоёв и групп населения. В количественном плане характеризуется показателями, отражающими степень неравномерности распределения доходов. Различие в доходах имеет следствием неравномерность в распределении материальных и нематериальных благ и играет определяющую роль в существовании социально-экономического неравенства.

Для оценки дифференциации доходов используется множество показателей. В частности, распространение получило оценивание

дифференциации доходов при помощи кривой Лоренца и рассчитываемого на её основе коэффициента Джини [2].

Более грубым, но весьма наглядным и часто используемым показателем неравенства в доходах является децильное отношение.

Высокая дифференциация доходов населения является источником социальной нестабильности, приводит к неэффективному расходованию ресурсов. В то же время, согласно исследованиям, умеренная дифференциация доходов оказывает положительное воздействие на экономику.

В последние десятилетия наблюдался рост экономического неравенства в глобальном масштабе. Так, по данным Oxfam, в начале 2016 года состояние (активы) 62 богатейших жителей планеты сравнялось с таковым у бедной половины населения (более 3,6 млрд человек), причём в 2010–2016 годах у первых оно выросло на 44% (на 1,76 трлн. долларов США), а у вторых сократилось на 41% (более чем на трлн) [3].

Если посмотреть на изменения в структуре общего объёма денежных доходов за период 2010–2015 гг., то можно сделать вывод, что и в России и в Украине структура общего объёма денежных доходов изменилась незначительно.

При более высоких уровнях денежных доходов населения и заработной платы Россия выделяется наиболее высокой социально-экономической дифференциацией населения. Почти половина денежных доходов сосредоточена в руках 20% населения, доходы 20% населения с самыми высокими доходами в 8,9 раза превышают доходы 20% населения с самыми низкими доходами.

В Украине дифференциация населения ниже, доходы 20% населения с самыми высокими доходами в 3,6 раза превышают доходы 20% населения с самыми низкими доходами. Показатели оценки дифференциации денежных доходов приведены в табл. 1.

**Таблица 1 – Показатели оценки дифференциации денежных доходов населения**

Показатели	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Россия	Украина	Россия	Украина	Россия	Украина
1	2	3	4	5	6	4
Коэффициент концентрации (индекс Джини)	0,419	0,237	0,416	0,226	0,412	0,250
Децильный коэффициент дифференциации денежных доходов, раз	7,5	2,7	7,4	2,6	7,1	2,9

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6	4
Соотношение денежных доходов наиболее и наименее обеспеченных 10% населения (децильный коэффициент фондов)	16,3	4,6	16,0	4,4	16,6	5,4
Соотношение денежных доходов наиболее и наименее обеспеченных 20% населения (квintильный коэффициент фондов)	9,2	3,3	9,2	3,1	8,9	3,6

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что коэффициент Джини в Украине меньше чем в России. Это значит, что более равномерно распределены доходы населения, т.е. дифференциация населения и расслоение общества почти 2 раза меньше в Украине, чем в России. Об этом свидетельствуют и другие показатели дифференциации доходов населения, которые в России значительно выше.

#### Список использованных источников

1. Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звертання: 12.03.2017).
2. Социальное положение и уровень жизни населения России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/free.pdf> (Дата обращения: 11.03.2017).
3. Социальные расходы в России: федеральный и региональные бюджеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2015/05/19/1097215048/2015\\_3q\\_SocialSpending\\_fin\\_z.pdf](https://www.hse.ru/data/2015/05/19/1097215048/2015_3q_SocialSpending_fin_z.pdf) (Дата обращения: 11.03.2017).

**Меркулова Ольга Николаевна**  
зав. технологическим отделением  
ОП «Брянковский колледж  
Луганского национального университета  
имени Тараса Шевченко»

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях рыночного хозяйства важнейшей функциональной зоной является зона финансирования, в рамках которой происходят процессы определения потребности предприятия в финансовых ресурсах.

Механизм финансового планирования бюджетных учреждений осуществляется в соответствии с принципами сметного финансирования. При этом в смете доходов и расходов бюджетного учреждения отражаются как средства, получаемые из бюджетов соответствующих уровней и внебюджетных фондов, приносящие доход [1, с. 69].

Финансовый менеджмент (financial management) – управление финансовыми операциями, денежными потоками, призванное обеспечить привлечение, поступление необходимых финансовых ресурсов в нужные периоды времени и их рациональное использование в соответствии с намеченными целями, программами, планами, реальными нуждами [2, с. 14].

Под управлением понимается воздействие субъекта на объект с целью достижения определённого результата. В финансовом менеджменте под субъектами понимаются финансовые менеджеры разных уровней, под объектами – средства предприятия и источники их образования.

Финансовый менеджмент наряду с производственным, инвестиционным, инновационным и организационным является составной частью общего менеджмента предприятия, поэтому цели финансового менеджмента подчинены общим целям управления предприятием.

Бюджетные организации являются важными субъектами производственных и финансово-экономических отношений при любой системе хозяйствования и в любой модели государственного устройства. Они призваны обеспечивать удовлетворение целого ряда общественно значимых потребностей, таких как образование, здравоохранение, научные исследования, социальная защита, культура, государственное управление и др.

Бюджет – оперативный финансовый план, составленный, как правило, в рамках до одного года, отражающий расходы и поступления



средств по операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия. В практике управления финансами фирмы используются два основных вида бюджетов – текущий (оперативный) и капитальный [3, с. 23].

Составление бюджетов является неотъемлемым элементом общего процесса планирования, а не только его финансовой части. Механизм бюджетного планирования доходов и расходов целесообразно внедрять для обеспечения экономии денежных средств, большей оперативности в управлении этими средствами, снижения непроизводительных расходов и потерь, а также для повышения достоверности плановых показателей (в целях налогового планирования). Бюджеты обычно составляются на год, чаще всего с разбивкой по кварталам.

С помощью бюджетирования решают важные управленческие задачи:

- планирование операций, обеспечивающих достижение целей предприятий;
- координирование структурных подразделений;
- оперативное отслеживание отклонений фактических результатов деятельности предприятия от поставленных целей; выявление и анализ причин этих отклонений; своевременное принятие решений о проведении регулирующих мероприятий;
- эффективный контроль за расходованием финансовых и материальных ресурсов, обеспечение плановой дисциплины;
- оценку выполнения плана центрами финансовой ответственности и их руководителей;
- стимулирование менеджеров центров финансовой ответственности к достижению целей своих подразделений и т.д.

Бюджетирование как управленческая технология включает три составные части:

- технологию бюджетирования – виды и форму бюджетов, целевые показатели, порядок консолидации бюджетов в сводный бюджет предприятия;
- организацию процесса бюджетирования, предусматривающую формирование финансовой структуры организации (определение объектов бюджетирования); бюджетного регламента; этапов бюджетного процесса; графика документооборота; системы внутренних нормативных документов;
- использование информационных технологий, позволяющих осуществлять оперативный сбор, обработку данных, необходимых для бюджетного контроля.

Бюджетные учреждения охвачены всеми формами финансового контроля как внутреннего, так и внешнего.

Предварительный контроль осуществляется в основном главными распорядителями и распорядителями бюджетных средств, а также финансовыми органами при проверке правильности составления и утверждения смет доходов и расходов. При этом контролируются обоснованность планирования всех показателей сметы, их соответствие показателям утвержденного бюджета.

Текущий контроль проводится как бухгалтерскими и финансовыми службами бюджетных учреждений, так и органами, осуществляющими исполнение бюджетов. Бухгалтерии учреждений осуществляют контроль в процессе подготовки платежных документов к оплате с точки зрения правильности их оформления и законности совершаемых операций; финансовые или казначейские органы проверяют соответствие представленных документов утвержденным сметам доходов и расходов, лимитам бюджетных обязательств, заключенным договорам на выполнение работ (оказание услуг) для осуществления расходов бюджета.

Последующий контроль исполнения сметы доходов и расходов проводится главными распорядителями бюджетных средств, финансовыми, казначейскими органами, органами государственного финансового контроля, создаваемыми представительными и исполнительными органами государственной власти либо органами местного самоуправления. При этом проверяются законность и целевой характер использования бюджетных средств в соответствии с утвержденными сметами доходов и расходов, сохранность денежных средств и материальных ценностей, организация и постановка бухгалтерского учёта. При осуществлении последующего контроля применяются основные методы финансового контроля: проверка, ревизия, анализ финансово-хозяйственной деятельности [3, с. 168].

Успешная организация финансового управления на предприятии служит достижению следующих целей, таких как: достижение приемлемых темпов роста экономического потенциала; максимизация доходов; минимизация издержек; обеспечение поступления финансовых ресурсов и др.

### **Список использованных источников**

1. Берёзкин Ю.М. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Ю.М. Берёзкин, Д.А. Алексеев. – 2-е изд., испр. и доп. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. – 330 с.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент: учебник для экономических вузов / В.В. Ковалев: М.: Финансы и статистика, 2004. – 768 с.

3. Шуляк П.Н. Финансы предприятий / П.Н. Шуляк. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2007. – 372 с.

**Никулина Надежда Сергеевна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени  
Тараса Шевченко»**

## **СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ**

Отличительной особенностью последних десятилетий является процесс «социализации» экономики, идущий не только в развитых, но и во многих развивающихся странах. Это связано с тем, что именно качество жизни сегодня выходит на первый план в системе факторов, определяющих международную конкурентоспособность национальной экономики.

Доходы, расходы населения относятся к основным показателям уровня жизни, которые приведены в официальных статистических данных. Рассмотрим эти показатели на примере РФ и Украины.

Рассмотрим динамику среднедушевых денежных доходов. Среднедушевые денежные доходы населения с 2011 по 2013 годы были выше в Украине, а за последние 2 года выше в России (в 2015 г. на 18,8%).

Реальные располагаемые доходы имели более высокие темпы роста в Украине до 2012 года, затем наблюдается снижение в обеих странах, но опережающими темпами в Украине (73,4% против 95,7 за 2015 год).

Среднемесячная номинальная заработная плата значительно выше в России (2–2,5 раза) чем в Украине и составляла в 2015 году от 466 долларов США в месяц, а в Украине 174,8 долларов США. Максимально высоким этот показатель был в 2013 году и составил в России – 910,2, а в Украине – 410,6 долларов США. Индекс реальной заработной платы в Украине с 2013 года снижался более высокими темпами чем в России, и в 2015 году составил 83,8%.

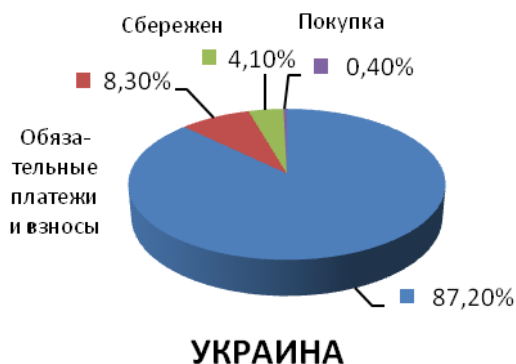
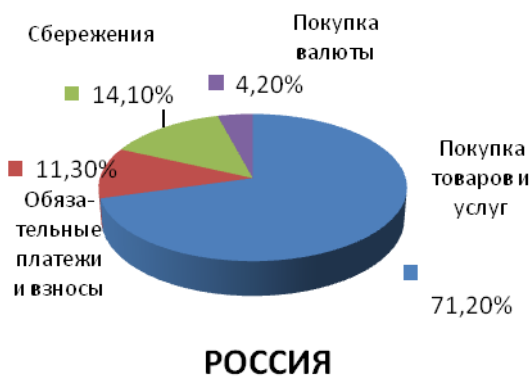


Рисунок 1 – Структура использования денежных доходов за 2015 г., %

Если рассмотреть структуру использования денежных доходов (рис. 1), то можно делать такие выводы:

Удельный вес покупок товаров и оплаты услуг в Украине выше на 16% и составляет 87,2%, обязательные платежи и взносы в России выше на 3% и оставляют 11,3%. В России значительно выше удельный вес сбережений – 14,1% против 4,1; удельный вес покупки валюты – 4,2% против 0,4%.

В 2015 году количество денег уменьшилось на руках у населения в России на 0,8%, в Украине на 6,6%.

Структура денежных доходов в России и Украины, которая имеет сильные отличия. Так, оплата труда в России имеет больший удельный вес почти в 2 раза – 65,9%, чем в Украине – 37,9%. Удельный вес доходов от предпринимательской деятельности и социальных выплат выше в Украине более чем в 3 и 2 раза соответственно.

Для отражения покупательных возможностей населения по потреблению товаров и услуг рассмотрим показатель - покупательная способность денежных доходов населения, который выражается через товарные эквиваленты среднедушевых денежных доходов населения. Определяется путем деления среднедушевого дохода на цену конкретного товара (услуги). Покупательная способность зависит от уровня цен и является величиной, обратной уровню цен: с ростом цен сокращаются товарные эквиваленты, т.е. сокращается потребление.

Сравним покупательную способность среднедушевых денежных доходов России и Украины в 2015 г. Население России значительно опережает жителей Украины по возможности покупки яиц, капусты, лука, яблок, всех непродовольственных товаров, оплаты за водоснабжение, газ и отопление. Причем, газа жители России могут купить в 3,6 раза больше, бензина и дизельного топлива в 2 раза, воды в 1,65 раза. Жители Украины могут больше купить чем жители России молока на 42,1%, масла сливочного на 17,9%, макаронных изделий в 2 раза, хлебобулочных изделий на 28,8%, картофеля на 22,6%, совершить поездок в городском автобусе на 59,0%, плата за жилье в 2 раза, оплатить электроэнергию на 36,3%.

Таким образом, покупательная способность населения РФ имела тенденцию к увеличению по всем товарам, этому способствовало увеличение среднедушевого денежного дохода за этот период.

### **Список использованных источников**

1. Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата обращения: 14.03.2017). – Название с экрана.

2. Социальное положение и уровень жизни населения России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2015/soc-pol.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/soc-pol.pdf) (Дата обращения: 13.03.2017). – Название с экрана.

## **БЕЗОПАСНОСТЬ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ**

Безналичный расчет в настоящий момент используется практически во всех сферах экономики. Организация безналичных расчетов населения с использованием пластиковых карт является быстро развивающейся сферой деятельности коммерческих банков. При этом ущерб от мошенничества с пластиковыми картами также растет.

Пластиковые карты как финансовый инструмент постоянно совершенствуются, расширяется сфера их применения, увеличивается количество оказываемых услуг с их использованием.

Мошенники не могли оставить данный факт без внимания, поэтому появляются новые виды мошенничества с пластиковыми картами. Крайне необходимо знать, как защититься от подобного рода преступлений, чтобы не потерять деньги со своей пластиковой банковской карты. Зная об уже существующих преступных схемах и методах кражи безналичных денег, а также, способы защиты от них, можно предотвратить потерю денежных средств с карты.

Пластиковые карты стали удобны и легко использованы не только в нашей жизни, но и быстрым источником доходов для мошенников. Для того чтобы злоумышленники взломали систему, не обязательно иметь профессиональные знания и навыки, им достаточно иметь доступ в интернет и наличие необходимых компьютерных программ. Мошенники незаконным путем вламываются в базу данных банков и крадут информацию для совершения преступления.

Все кредитные организации каждый год проверяют свою систему безопасности и разрабатывают новые меры по их защите. Несмотря на это, представители мошенничества находят новые способы и методы для осуществления своей криминальной деятельности.

На сегодняшний день подделка банковских карт занимает ведущее место среди видов мошенничества.

В основе всех карточных махинаций лежит получение злоумышленниками реквизитов банковских карт и прочей персональной конфиденциальной информации о держателе такой карты. Реквизиты мошенники чаще всего получают из различной информации, добытой хакерскими способами: взлома интернет-магазинов, электронных

платежных систем или персональных компьютеров, похищая конфиденциальную информацию [2, с. 47].

Таким образом, все преступления в сфере платежей по банковским картам направлены на получение выгоды от сбыта поддельных банковских карт и на хищение денежных средств, находящихся на банковском счете.

Мошеннические действия с применением банковских карт совершаются на любой стадии выпуска и функционирования карты.

Пластиковые карты имеют такое важное свойство как конфиденциальность информации, которая доступна только определенному числу субъектов системы и поэтому выступает одной из мер защиты от мошеннических действий. Однако мошенники могут проникать к рабочим местам персонала, которые совершают различные операции по снятию, перечислению денежных средств, хранению и уничтожению карт [1, с. 327].

Развитию данного вида мошенничества способствует низкий уровень технической грамотности населения. Таким образом, возникает острая необходимость ознакомления людей с мошенничеством с банковскими картами.

Описанные выше обстоятельства вызывают необходимость специального исследования, призванного систематизировать имеющиеся теоретико-методологические работы в данной сфере, уточнить ряд спорных и недостаточно изученных вопросов, с целью выработки непротиворечивых рекомендаций по совершенствованию мероприятий по обеспечению безопасности безналичных расчетов.

Наконец, кроме всех объективных мер со стороны государства и банка, особая финансовая грамотность должна исходить собственно от клиента банка, который никому не должен сообщать банковские реквизиты карты и личный пин-код, а в случае потери или кражи карты – немедленно сообщить о данном обстоятельстве.

Банкам необходимо обеспечить надежность систем защиты информации, регулярно осуществлять контроль за деятельностью сотрудников банка, организовывать проверки оборудования, программного обеспечения и средств защиты баз данных.

Таким образом, экономическая безопасность в сфере пластиковых продуктов зависит от совокупности факторов внешней и внутренней среды. Повысить доверие к пластиковым картам возможно также проведением государством эффективной финансовой политики, направленной на развитие специальных институтов, способных предотвратить или хотя бы снизить ущерб от инцидентов информационной безопасности.

Учитывая статистику роста использования банковских карт в безналичных расчетах и статистику роста количества преступлений, совершенных с их использованием, вопросы профилактики, предупреждения, раскрытия и расследования данных инцидентов приобретают особую актуальность.

### **Список использованных источников**

1. Карева Е.И. Мошенничество с пластиковыми картами в России / Е.И. Карева // Молодой ученый, 2015. – №1. – С. 325–328.
2. Смольянинова Е.Н. Проблемы безопасности расчетов при использовании пластиковых карт / Е.Н. Смольянинова, Д.В. Фурманов // Актуальные вопросы экономических наук, 2012. – №24. – С. 46–50.

**Чельшева Вера Дмитриевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Под методами анализа в смысловом содержании понимают способы его проведения, осуществления для теоретического и практического исследования и познания объекта. Методика же раскрывает порядок использования методов, правила выполнения анализа с помощью известных и (или) предлагаемых способов и представляет собой советы по исполнению аналитических процедур на всех этапах анализа.

Все методы финансового анализа должны включать три основных раздела: раздел, объясняющий, как наблюдать за объектом анализа, как выявить, измерить и рассчитать показатели, характеризующие поведение объекта анализа; раздел, показывающий методы систематизации данных, полученных в процессе наблюдения и измерения параметров объекта анализа, их группировки детализации и изучения влияния факторов на показатели; раздел обобщения и подготовки выводов и рекомендаций для принятия управленческих решений.

При построении методики финансового анализа необходимо учитывать не только содержание методов, но и принципы системности экономических явлений, к которым относятся динамичность, взаимодействие, взаимозависимость и взаимосвязь элементов и показателей и их соподчиненность в общей целостности. Методика анализа зависит от



поставленных целей и задач, систематизированных организационно-аналитических основ, прогнозирования показателей бухгалтерской финансовой отчетности, включают: субъекты, объекты, цели, задачи, инструменты анализа и описание процессов обобщения и реализации результатов анализа. Поэтому при построении общей системной методики финансового анализа предусматриваются следующие характерные этапы деятельности.

На первом этапе проводится исследование характеристик объекта анализа как системы в свете директивно поставленных для решения и желаемых для осуществления задач в управлении хозяйством.

На втором этапе осуществляются подбор и (или) разработка показателей, способных отразить наиболее полно и качественно статические и динамические характеристики объекта анализа.

На третьем этапе разрабатывается алгоритм (блок-схема) рассмотрения всех составных частей объекта исследования как единого целого по системным признакам.

На четвертом этапе производятся измерения качества и количества показателей и дается их характеристика, если это возможно сразу, а в противном случае применяются аналитические методы (простые, логические, факторные, оптимизационные и др.).

На пятом этапе осуществляется «разбор» ситуаций, делаются выводы и предложения для принятия управленческих решений.

В результате поиска рациональных путей совершенствования, предлагаем следующие общие положения и методики анализа.

Необходимо разрабатывать программное обеспечение анализа, или пользоваться готовыми программными продуктами («КИС: Финанализ», «ФинЭкАнализ 2015», «Ваш финансовый аналитик»), что позволит руководству предприятия проводить ежемесячно комплексный анализ хозяйственной деятельности и использовать его результаты для разработки обоснованных управленческих решений.

Методы расчета многих показателей, например балансовой ликвидности, платежеспособности и финансовой стабильности в методиках следует изложить более подробно и упрощенно. Это позволит в дальнейшем разработать специализированную программу для использования компьютерной техники в комплексном анализе хозяйственной деятельности предприятия.

Результатами экономического анализа могут быть: изученные закономерности; зависимости итогов хозяйствования от изменения количества и каждого в отдельности из факторов производства; выявленные внутренние и внешние по отношению к предприятию резервы

увеличения эффективности хозяйствования, оценки состояния и перспектив развития объектов хозяйствования.

Таким образом, все объекты экономического анализа деятельности предприятия находят свое отражение в большом разнообразии показателей, объединяемых в конечном итоге в подсистемы и далее – в комплексную систему. Применение программного обеспечения упростит аналитическую работу, позволит регулярно проводить комплексный анализ хозяйственной деятельности и повысит эффективность управленческих решений.

### **Список использованных источников**

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 704 с.

2. Стельмашук А.М. Методичне забезпечення аналізу і прогнозування показників бухгалтерської фінансової звітності / А.М. Стельмашук // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/inek/2011\\_2/86.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2011_2/86.pdf) (Дата звертання: 13.03.2017 р.).

**Юрченко Елена Анатольевна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕУСТОЙЧИВОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Исследование экономического потенциала Донбасского региона, его структуры и его соответствия экологическому потенциалу является одной из предпосылок в определении параметров экономической политики Донецкой и Луганской народных Республик.

С развитием общественного производства расширяется сфера воздействия на природу, которое является противоречивым. С одной стороны, человек познаёт природу глубже и шире, имеет возможность положительного на неё воздействия. С другой – возрастают негативные изменения окружающей среды что выражается в загрязнении природы веществами, вредными для живых организмов, нарушении динамического равновесия природных систем, изменении водного баланса, роста эрозии почв, истощении запасов минерального сырья, топлива и т.д.

Выходом из сложившейся ситуации является обеспечение устойчивого безопасного развития, важнейшими компонентами которого становится экологическая и промышленная безопасность, алгоритм которой необходимо находить.

Понятия «охрана окружающей среды» и «устойчивое развитие» отличаются глобальностью охвата и предусматривают включение в данную сферу более общих проблем землепользования, лесного и водного хозяйства, геологической разведки, коммунальной сферы городских поселений, здравоохранения и санитарно-эпидемиологического благополучия населения; фундаментальных и прикладных исследований и т. д. Сюда же следовало бы отнести затраты, направленные на сбережение и рациональное использование не только природных, но и иных материальных ресурсов, поскольку сокращение их срока службы, физический износ в результате загрязнения окружающей среды ведет к дополнительному вовлечению в хозяйственный оборот природных богатств.

Положительным элементом этой позиции является комплексность подхода и возможность макроэкономического анализа в рамках всего «природо-ресурсного» блока хозяйственной деятельности. Отрицательной стороной является широкий масштаб указанных затрат, трудности увязки природоохранных мероприятий с другими видами экономической деятельности и разграничения их интересов. Указанный подход предполагает обязательную стоимостную оценку имеющихся природных ресурсов и наносимого экономического ущерба окружающей среде.

Наиболее значимыми экологическими проблемами называют истощение невозобновляемых энергоресурсов; истощение ресурсов пресной воды; глобальное потепление; истощение озонового слоя; размещение твердых и жидких (в т. ч. опасных) отходов.

Для анализа состояния окружающей среды и решения вышеперечисленных задач разработана система статистических показателей окружающей среды и использования природных ресурсов. В её основу положены методологические принципы, которые, во-первых, обеспечивают комплексный подход к описанию состояния соответствующих компонентов окружающей среды, отражению факторов и действий, влияющих на их изменение в количественном и качественном выражении, и наконец, к учёту мер и затрат на охрану и защиту окружающей среды. Во-вторых, во всех случаях используется балансовый метод оценки объёмов природных ресурсов, их использования и восстановления, что имеет особо большое значение при решении задач экономического учёта в системе национальных счетов (СНС).

В настоящее время в систему статистических показателей окружающей среды входят подсистемы показателей, применяемые при изучении тех компонентов природной среды, для охраны которых требуется осуществление природоохранной деятельности в первую очередь.

Одна из важнейших задач экономических мероприятий в Республике, связанных с той или иной степенью экологического воздействия, состоит в минимизации экологического ущерба. Имеется ряд экономических подходов, позволяющих оценить экологическое воздействие.

Отрицательные внешние эффекты обострили проблему состояния окружающей среды. Меры по преодолению последствий её загрязнения включают: введение стандартов по вредным выбросам; установление платы за выбросы, формирование рынка прав на загрязнение; продажу на рынке временных разрешений на выбросы. Оптимальный объём выбросов характеризуется равенством между предельными общественными издержками от загрязнения и предельными издержками на сокращение объёмов выбросов.

В ЛНР реализуется практика реализовать методы фискального и административного характера, которые различаются степенью использования рыночных принципов.

Успешное решение проблемы охраны окружающей среды и рационализации природопользования требует учёта и характеристики затрат экологического назначения, называемых также затратами на природоохранные мероприятия (охрана окружающей среды).

### **Список использованных источников**

1. Сизова Т.М. Статистика: учебное пособие / Т.М. Сизова. – СПб.: СПб ГУИТМО, 2005. – 80 с.
2. Иода Е.В. Статистика: учебное пособие / Е.В. Иода, Б.И. Герасимов; под ред. Е.В. Иода. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 104 с.
3. Асаул А.Н. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул, Х.С. Абаев, Д.А. Гордеев; под ред. засл. строит. РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Н. Асаула. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2007. – 214 с.
4. Общая теория статистики / под ред. А.А. Спирина, О.Э. Башиной. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 296 с.

## **РАЗДЕЛ 5**

# **МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Карамушко Дарина Сергеевна**  
студентка  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

### **РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНО АКТИВНЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ**

В самом широком смысле под социальной ответственностью имеется в виду влияние бизнеса на общество, хотя бизнесмены трактуют её как:

а) достижение коммерческого успеха путем бережного и уважительного отношения к этическим принципам, окружающей среде и сообществу людей;

б) практика продвижения бизнеса, которая приносит пользу не только ему, но и обществу и способствует социально-экономическому и экологически устойчивому развитию, путем максимизации позитивного влияния и минимизации негативного;

в) обязательства бизнеса вносить вклад в устойчивое экономическое развитие, трудовые отношения с работниками, их семьями, местными сообществами и обществом в целом для улучшения их качества жизни;

г) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальную, экономическую и экологическую сферу, связанную напрямую с основной деятельностью компании или выходящие за рамки определенного законом минимума.

Традиционно социальную ответственность связывают с проведением различных социальных программ, к которым относят разного рода документы, начиная с бюджетов предприятия, корпоративных кодексов и заканчивая программами развития компаний, регионов и общественного сотрудничества. Для этих целей могут разрабатываться как собственные программы, так и различные схемы партнерства, сотрудничества, информационного взаимодействия с местными, региональными, государственными органами управления, общественными организациями, профессиональными объединениями, средствами массовой информации. Тематическая направленность таких программ может быть разнообразной и рассматривает:

Добросовестное деловое партнерство, которое будет содействовать его распространению между поставщиками, бизнес - партнерами и клиентами компании.

Природоохранную деятельность и ресурсосбережение, которые осуществляются по инициативе компаний с целью сокращения воздействия на окружающую среду. К ним можно отнести программы по экономному потреблению природных ресурсов, повторному использованию и утилизации отходов; организацию экологически безопасного производства, транспортных перевозок. Защита окружающей среды – это глобальная форма социальной ответственности и является проблемой не только отдельно взятого сообщества, а всей цивилизации.

Развитие местного сообщества. Эта социальная программа осуществляется на добровольной основе и призвана внести свой вклад путем проведения акций поддержки социально незащищенных слоев населения, детства и юношества; сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства, объектов культурно-исторического значения; спонсирования местных культурных, образовательных, спортивных организаций, мероприятий, социально значимых исследований кампаний; участия в различных благотворительных акциях.

Развитие персонала. В основном проводится в рамках стратегии развития предприятия, с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников. Осуществляется эта программа путем профессионального обучения, применения мотивационных схем оплаты труда, предоставления сотрудникам социального пакета, создании условий для отдыха и досуга, поддержания внутренних коммуникаций в организации, участие сотрудников в принятии управленческих решений.

Реструктуризацию персонала, призванную обеспечить выполнение социально ответственных интересов компании.

Социальное инвестирование, которое предусматривает не только извлечение доходов, но и реализацию социальных целей при соблюдении этических норм.

Разнообразными являются и инструменты реализации социальных программ:

- благотворительные пожертвования, предоставление помещений, транспорта, оборудования для социальных мероприятий, оплата счетов организаций - получателей помощи и т.д.;

- добровольное вовлечение сотрудников предприятия в социальные программы внешней направленности путем безвозмездного предоставления получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей;

– предоставление грантов в области образования и на цели поведения прикладных исследований, связанных с основной деятельностью и стратегическими целями бизнеса;

– спонсорство, осуществляемое как юридическими, так и физическими лицами в виде предоставления различных ресурсов (имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) для создания объектов, сооружений, поддержки организаций и мероприятий, носящих публичный характер, в целях рекламы своего бизнеса и выпускаемых на рынок товаров;

– создание корпоративного фонда для реализации социальной деятельности;

– социальные инвестиции в виде финансовой помощи, выделяемой на реализацию долгосрочных, совместных партнерских социальных программ, направленных на снижение социального напряжения в обществе и повышения уровня жизни различных слоев общества;

– социально значимый маркетинг, представляющий собой форму адресной финансовой помощи в виде процентов от продаж конкретного товара на проведение социальных программ компании.

В современных условиях на законодательном уровне требуется разработка определенных стандартов социальной ответственности, определение критериев для признания социально активной деятельности, осуществляемой предприятием. Это будет способствовать гармонизации и согласованности социальной ответственности бизнеса к условиям развития местных сообществ в интересах обеих сторон.

### **Список использованных источников**

1. Петросян Д. Экономическая эффективность и социальная справедливость / Д. Петросян // Общество и экономика. – М.: «Наука», 2010. – №11–12. – С. 37–47.

2. Барова В.В. Социальная активность и социальная ответственность бизнеса в местном сообществе / В.В. Барова // Налоги. Инвестиции. Капитал, 2012. – №3–4. – С. 85–94.

**Карамушко Наталья Анатольевна**  
**старший преподаватель**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА**

Основной причиной, обуславливающей необходимость социальной ответственности предприятий является опережающий рост социальных потребностей населения в сравнении с ростом финансовых возможностей государственных органов власти всех уровней.

Социальная ответственность, направленная на внутреннюю деятельность предприятия, заключается в стабильности выплаты заработной платы и поддержке её социально значимого размера, безопасности трудовой деятельности, дополнительном социальном и медицинском страховании, внедрении обучения и программ повышения квалификации для персонала предприятия, оказание помощи работникам в отдельных критических случаях, отказ от коррупции и иных запрещенных национальным законодательством методов ведения бизнеса.

Внешняя социальная ответственность включает в себя: производство качественных товаров и услуг (ответственность за качество перед потребителями), взаимодействие с местными органами власти и обществом, содействие охране окружающей природной среды, спонсорскую и благотворительную деятельность, готовность принять участие в кризисных ситуациях в обществе. По результатам исследования, проводимыми российскими учеными относительно восприятия корпоративной социальной ответственности (КСО) населением 64% опрошенных под «социальной ответственностью» понимают ответственность бизнеса перед обществом, 44% – как ответственность перед сотрудниками, 23% – как ответственность перед государством (у респондентов была возможность выбора одного и больше вариантов). Наиболее важными направлениями социальной ответственности бизнеса опрошенные считают качество и цену продукции, охрану окружающей среды, охрану здоровья, строительство социальных объектов. К наименее значимым направлениям относят пожертвования благотворительным организациям, меценатство и проекты, направленные на повышение национального самосознания [1].

Социальную ответственность компаний перед сотрудниками опрошенные понимают как своевременную и официальную выплату заработной платы, а также трудоустройство молодежи; перед государством –



в соблюдении законов и своевременной выплате налогов. 66% респондентов считают, что компании занимаются социальной деятельностью для улучшения имиджа, 60% - для рекламы и получения конкурентных преимуществ (у респондентов была возможность выбора одного и больше вариантов). И только треть опрошенных считают, что компании действительно стремятся помочь людям, нуждающимся в ней.

В Европе эволюция КСО началась в 1800-е гг. и основана не на религии и благотворительности, а на бизнес-идеологии и вложении денег. Европейская модель КСО не является открытой, скорее, наоборот: те виды деятельности компаний, которые традиционно рассматриваются в США как КСО (т.е. проводимые исключительно по инициативе бизнеса), в Европе, как правило, регулируются нормами, стандартами и законами государства. В соответствии с моделью КСО, в рамках которой рассматриваются экономическая, юридическая, этическая ответственность компаний и их благотворительная деятельность, А. Крейн и Д. Маттен выделяют следующие отличия континентальной модели от американской [2]:

- экономическая ответственность включает в себя такие аспекты, как прибыльность бизнеса и ответственность компании перед её акционерами (типично американский подход). Европейцы в данную группу относят также ответственность перед работниками предприятия и местными сообществами;

- юридическая ответственность является основой для любой формы социальной ответственности в Европе. При этом бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения. В США подобная степень госрегулирования воспринимается как вмешательство в вопросы личной свободы;

- большинство социальных проблем европейские компании относят к сфере этической ответственности. Европейцы часто не доверяют частному сектору. Этим и объясняется более высокий уровень внимания к бизнесу со стороны европейской общественности;

- благотворительность в Европе менее популярна, чем в США. Основная причина – в уровне налогового бремени, который существенно превышает американский. В результате европейские компании участвуют в благотворительных акциях в основном через юридически закреплённые механизмы. Ряд учёных для обозначения европейского варианта КСО используют специальный термин – «корпоративная способность к социальному реагированию».

При различии в подходах к регулированию КСО имеются и общие для США и ЕС черты: правительства в той или иной мере участвуют в создании государственно-частных партнерств, поддерживают инициативы в формате КСО через софинансирование некоммерческих проектов. Наконец, ряд законодательных актов и в

США, и в ЕС устанавливает льготный режим налогообложения для компаний, ведущих свой бизнес социально ответственно и следующих принципам деловой этики, особенно в вопросах использования энергии, вторичной переработки отходов производства и т.п.

Для России КСО не является абсолютно новым фактом. В дореволюционной России традиции благотворительности и меценатства были особенно сильны. В историческом сознании россиян предприниматели остались не только как субъекты хозяйствования, создатели отечественной промышленности, но и как благотворители и меценаты. Уже к началу XX в. в России насчитывалось более 2 тыс. «богоугодных» заведений: школ, приютов, богаделен, ночлежных домов, столовых, из которых 80% содержалось за счет частной благотворительности. Деятельность предпринимателей-меценатов явила обществу Третьяковскую галерею, Щукинское и Морозовское собрание живописи, Бахрушинский театральный музей, частную оперу Мамонтова, Московский художественный театр.

В современных условиях для реализации курса, направленного на обеспечение социально-экономического развития предприятий на основе корпоративной социальной ответственности необходимо создание механизма взаимодействия между властью и предприятиями, а для самих предприятий – философией бизнеса. Составляющими элементами такого механизма должны стать:

- правовое регулирование, обеспечивающее правовые условия для достижения оптимального согласования интересов государства, предприятий и общества (налоговые льготы для предприятий, принимающих участие в реализации социальных проектов);

- руководители предприятий, способные взять на себя ответственность за развитие и реализацию новых идей;

- обучение руководителей предприятий высшими учебными заведениями;

- финансовые инструменты, необходимые для поддержания некоммерческих проектов;

- гранты, венчурное финансирование, новые кредитные инструменты;

- исследовательские центры, система обмена информацией и опытом.

#### **Список использованных источников**

1. Ответственное предпринимательство. Информационная открытость. Информационный бюллетень // Российский союз промышленников и предпринимателей. М., 2010. – 16 с.

2. Crane A. Business Ethics – a European Perspective / A. Crane, D. Matten // Oxford University Press, 2004. – P. 427–451.

## **РАЗДЕЛ 6 ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

**Алехина Екатерина Константиновна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Мировой опыт и практика хозяйствования свидетельствуют, что предприятия малого бизнеса является одной из движущих сил развития экономики, эффективное средство её структурной перестройки. Малый бизнес даёт возможность быстро преодолеть диспропорции в отдельных сегментах рынка, активизировать инновационную деятельность, развивать конкуренцию, создавать новые рабочие места и снижать уровень безработицы. По данным ООН, в мировой хозяйственной системе малые и средние предприятия обеспечивают рабочими местами почти 50 процентов населения всего мира, а объём производства продукции и предоставления различных видов услуг в этом секторе в разных странах колеблется в пределах от 30 до 66 процентов валового внутреннего продукта. Создание благоприятных условий для развития малого предпринимательства постоянно требует изменения методов и форм управления этим процессом на всех уровнях. Дальнейшее развитие малого предпринимательства требует глубокого исследования его системообразующих факторов, территориальных особенностей, формирования и осуществления соответствующей эффективной региональной политики.

Исследованию экономических аспектов развития малого предпринимательства посвящены работы А. Гальчинского, В. Онищенко, В. Пилы и других учёных. Активно процесс становления предпринимательского сектора экономики исследован в трудах зарубежных авторов – Л. Вальраса, Д. Кларка, П. Друкера, Р. Кантильон и др.

Малое предпринимательство - существенная составляющая рыночного хозяйства, неотъемлемый элемент конкурентного механизма. Оно придаёт рыночной экономике определённую гибкость, мобилизует крупные финансовые и производственные ресурсы населения,

аккумулирует в себе мощный антимонопольный потенциал, служит фактором решения социальных задач. Сектор малого предпринимательства – неотъемлемый, объективно необходимый элемент любой развитой хозяйственной системы, без которой экономика и общество в целом не могут эффективно функционировать и развиваться.

Роль и место малых предприятий в национальной экономике лучше всего проявляются в выполняемых ими функциях [1, с. 32]:

1) малый бизнес способствует формированию конкурентной среды, поскольку является антимонопольным по своей природе;

2) малый бизнес способен оперативно реагировать на тенденции рынка и разрабатывать новые продукты для удовлетворения потребностей потребителей;

3) малый бизнес способствует созданию новых рабочих мест и поглощает избыточную рабочую силу во время циклических спадов и циклических сдвигов в экономике, способствует решению проблемы занятости;

4) малый бизнес смягчает социальное напряжение в обществе при расширении социальной базы реформ.

Выяснению сущности малого предпринимательства мировая экономическая наука постоянно уделяет внимание как одному из закономерных, постоянно действующих факторов социально-экономического прогресса стран. В системе категорий рыночной экономики эта экономическая категория рассматривается на основе тесного взаимодействия развития производительных сил и производственных отношений.

На процесс формирования, развития и стабилизации работы субъектов предпринимательской деятельности в сфере малого бизнеса влияет множество различных факторов, которые целесообразно классифицировать по сфере и характеру воздействия [3, с. 32]. По сфере влияния все факторы можно разделить на внешние и внутренние. Внешние факторы – это компоненты среды, в котором функционирует предприятие, в том числе малый бизнес. Они делятся на базовые и дополняющие. Основным базовым фактором является наличие законов, которыми государство регулирует деятельность малых форм предпринимательства. До тех пор, пока государство не позволяла гражданам создавать кооперативы и малые предприятия, малый бизнес в нашем государстве не мог легально функционировать.

Дополняющими факторами являются наличие государственной поддержки малого бизнеса, инфраструктуры, способствует развитию малых предприятий, процедура регистрации предпринимательских структур и тому подобное.

Ключевыми проблемами на пути дальнейшего развития и роста малого бизнеса в стране является активное вмешательство государства в поддержку малого бизнеса [2, с. 60].

Формирование государственной политики развития малого предпринимательства заключается в создании концепции государственной поддержки развития малого предпринимательства, региональных программ, учитывающих специфику каждой территории и определяют приоритеты развития предпринимательства.

Роль и место малых предприятий в национальной экономике проявляется в выполняемых ими функциях: формирование конкурентной среды; предоставление рыночной экономике гибкости, оперативности реагирования на потребности рынка, создание новых рабочих мест и решение проблемы занятости; смягчение социальной напряжённости.

Основными факторами, которые влияют на развитие малого предпринимательства, являются: ограниченность сбыта продукции на внутреннем рынке; незначительная инвестиционная активность и ограниченность кредитов.

Реализация региональных программ создаст условия для увеличения количества действующих малых предприятий, прироста новых рабочих мест, рост доли малых предприятий в валовом внутреннем продукте, дополнительных поступлений в бюджет.

### **Список использованных источников**

1. Драчева Н. Малое предпринимательство как объект наблюдения в новейшей истории России / Н. Драчева // Предпринимательство, 2014. – №6. – С. 32–41.
2. Козаков Е.М. Малое предпринимательство и социально-экономическое развитие территории / Е.М. Козаков [и др.]; под ред. А. И. Татаркина, А.Г. Шеломенцева. – Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2012. – 430 с.
3. Руденко Л.Г. Модель инфраструктурной поддержки малого предпринимательства / Л.Г. Руденко // Рос. Предпринимательство, 2015. – Т. 16, №10. – С. 31–42.

## **ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

Большинство предприятий в современных рыночных условиях не могут противостоять воздействию сильных непосредственных конкурентов, агрессивности представителей крупного бизнеса, неблагоприятной деятельности государства. Это обусловлено устаревшим оборудованием, потребностью в масштабной реконструкции, техническом перевооружении и оптимальном структурировании организационно-экономического и научно-технического потенциала, низким качеством сервисного обслуживания, большой долей в себестоимости продукции затрат на сырье и материалы постоянно дорожают, слабым маркетинговым менеджментом.

Проблемам маркетинговой деятельности предприятия посвящены работы многих отечественных и зарубежных учёных. Вопросы формирования маркетинговой стратегии разрабатывали такие учёные, как: Л.В. Балабанова, А.В. Березкина, С.С. Гаркавенко, А. Гончарук, П. Дойль, Ф. Котлер, Н.В. Куденко, И.В. Кривовязюк, В.И. Салли и др.

Одной из самых сложных проблем адаптации предприятия к рыночным условиям стало свободное ценообразование, необходимость разработки и проведения собственной маркетинговой стратегии. В этих условиях особую актуальность приобретает формирование стратегического направления деятельности предприятия по маркетинговым принципам, что предполагает учёт баланса между внутренней и внешней средой.

Целью исследования является изложение процесса оценивания баланса внутреннего и внешнего маркетинговой среды с целью дальнейшего использования полученных результатов при формировании маркетинговой стратегии предприятия.

Общей и важной среди перечисленных признаков является высокая степень адаптивности предприятия к изменяющимся рыночным условиям. С этих позиций надёжное функционирование предприятия в рыночных условиях определяется запасом его внутренних сил как на сегодня, так и на будущее (высокая инновационная активность, эффективная организация производственного процесса, высокий кадровый потенциал, эффективная маркетинговая деятельность, эффективная

финансовая деятельность), преобладает негативное влияние внешней среды.

В последнее время характер взаимодействия с внешней средой становится все более неопределённым и непредсказуемым, а последствия – все более существенными. Способность понимать ключевые процессы внешней среды предприятия – сегодня не просто своеобразный стиль, а, наоборот, суровая необходимость. Процесс учёта влияния внешних факторов на деятельность предприятия является неоднозначным. Он в значительной степени зависит от сферы деятельности предприятия – от того, на каком этапе своего жизненного цикла оно находится, а точнее от того, какую из бизнес-стратегий реализует предприятие [3].

Согласно бизнес-стратегии, которую реализует предприятие, оно использует различные тактические инструменты реагирования на сигналы внешней среды. Среди всех инструментов комплекса маркетинга цена занимает ведущее место, ведь именно цена может быть использована для поддержки взаимодействия других элементов маркетингового комплекса с внешней средой. Так, цена, как составной элемент маркетингового инструментария, в определённой степени влияет на процесс проведения товарной политики, формирует отношения между участниками канала распределения, определяет направления стимулирования сбыта. В системе маркетинга процесс формирования и использования рыночной цены нашёл своё выражение в ценовой политике предприятия [2].

Правовые факторы влияют главным образом на выбор предприятием ценовой политики через показатели прямых налогов. Влияние конкурентов может быть определено путём корреляционного анализа цен конкурентов или объёмом продаж товаров-аналогов.

Существует ряд характеристик внешней среды, трудно поддающихся количественной формализации, как, например, социальные и культурные факторы. Поэтому целесообразно учитывать их влияние на выбор предприятием ценовой политики качественно, в виде ограничений на использование товара на конкретном рынке. Как количественный показатель для оценки влияния экономических факторов могут быть использованы инфляционные ожидания.

Теоретическая сущность связей между указанными экономическими показателями даёт основания считать, что зависимость между объёмами сбыта и факторами внешней и внутренней среды имеет преимущественно линейный характер. Итак, количественная оценка степени этой взаимосвязи может быть реализована путём расчёта корреляционных функций.

Следует отметить, что при определении баланса сил внешней и внутренней среды предприятия, нельзя ограничиваться рассчитанными коэффициентами корреляции, так как они учитывают только фактические данные и не могут предсказать дальнейшее развитие ситуации. Для более объективной оценки ситуации целесообразно применить также суждения экспертов.

Таким образом, в условиях роста конкуренции на отечественном рынке, предприятие может оказаться перед фактом неадекватной реакции рынка на предлагаемую продукцию. Поэтому вся его деятельность должна базироваться на принципах маркетинга и учёте баланса сил внутренней и внешней среды. Применение методического подхода с использованием оценки этого баланса имеет существенное значение для успешного решения этой проблемы.

### **Список использованных источников**

1. Березкина А.В. Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды / А.В. Березкина // Маркетинг. – 2013. – №1 (80). – С. 51–59.

2. Гончарук А.Г. Методологические основы оценки и управления эффективностью предприятия: монография / А.Г. Гончарук. – Одесса: Астропринт, 2011. – 287 с.

3. Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика підприємств: теорія, методологія та практика застосування: монографія / І.В. Кривов'язюк; Луцький держ. технічний ун-т. – Луцьк: Надстир'я, 2012. – 260 с.

4. Саллі В.І. Стратегічне управління виробництвом конкурентоспроможної продукції машинобудування: монографія / В.І. Саллі, О.А. Паршина; Національний гірничий ун-т. – Д. : НГУ, 2008. – 231 с.

**Гончаров Евгений Сергеевич**  
студент  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СЕКРЕТЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОНТЕНТОМ**

В 2008 году Walmart анонсировала амбициозную программу по реконструкции магазинов под названием Project Impact. Он стремился увеличить продажи (среди прочего), существенно меняя способы орга-



низации и показа продукции. Проект был впечатляющим провалом – с потерями в миллиардах – и Walmart в конечном счёте изменил свои методы.

Визуальный мерчандайзинг включает такие элементы, как транспортный поток, освещение, цвет, вывески, упаковка продукции, организация и ассортимент. Хороший визуальный мерчандайзинг может оказать позитивное влияние на продажи, поэтому розничные продавцы регулярно меняют макеты и дисплеи магазинов или полностью реконструируют свои магазины [1].

Контент маркетологи могут использовать концепции визуального мерчандайзинга, чтобы продемонстрировать визуальный контент более эффективно – как двузначное влияние на просмотры страниц, длительность пребывания на сайте, повторных посещений, преобразования и социальной активности. Это также улучшает пользовательский интерфейс и делает контентные предложения выделяющимися по сравнению с конкурентами.

Рассмотрим некоторые из лучших визуальных мерчандайзинговых методов, используемых маркетологами и онлайн-издателями.

1. Контентная упаковка. Розничные продавцы знают, что упаковка продукта оказывает огромное влияние на продажи. Хорошая упаковка привлекает внимание и сообщает ценное предложение продукта. Когда дело доходит до ощущения цифрового контента, каждый отдельный элемент контента должен быть аналогичным образом разработан. Чтобы побудить пользователя следует:

- обеспечить чёткость и убедительность названий и описаний тизера;

- использовать значки (визуальные метки и символы для вызова определённых категорий);

- обеспечить чёткий призыв к действию для каждого элемента контента.

Пример визуального мерчандайзинга: Coca-Cola – это золотой стандарт в маркетинговых целях. Потребителям нравится, как захватывающие титры работают непосредственно с изображениями высокого разрешения. Каждая часть имеет сопровождающий описательный текст тизера и использует значки, основанные на категории. Каждый элемент, связанный с контентом, является кликабельным, с чёткими призывами к действию. Например, кнопки play, read-now и see-more дают пользователям понять, какой контент они могут ожидать и что произойдёт дальше [2].

2. Ассортимент контента. Отображение в магазине хранилищ – это эффективный метод представления элементов визуально привлекательным образом, организованный вокруг унифицирующей темы,

с наивысшими позициями на уровне глаз. Точно так же, как для цифрового контента, как организован контент и представлен контент, он может существенно повлиять на взаимодействие с пользователем. Из этого следует:

- групповой контент целесообразно размещать в полезные или интересные корзины;
- использовать визуально привлекательные проекты, которые разнообразны и эффективно используют пустое пространство в торговых сетях;
- воспользоваться тем, как глаза пользователя просматривают страницу Интернет-магазинов;
- рассмотреть возможность включения каруселей или слайдеров – старых резервных копий, которые остаются эффективными для продвижения контента.

Пример: USA Today. USA Today недавно провела масштабную редизайн и установила планку для богатых, насыщенных и захватывающих новостей в Интернете. Потребителям очень нравится использование богатых изображений, разнообразие размеров изображений, текст, который появляется при наведении указателя мыши над содержимым, использование значков по категориям, приятное для глаз изменение в размерах и ассортименте статей, а также логические группировки по категориям с кураторскими и алгоритмическими группировками, которые легко интегрируются. USA Today также создала впечатляющий опыт, так что пользователи могут беспрепятственно перемещаться по содержимому - чувствуя себя почти как в приложении для планшета.

3. Поток. Розничные торговцы уделяют большое внимание потоку трафика через магазин. Они затягивают покупателей в магазин? Помогают ли дисплеи и пути перемещать людей через магазин? В равной степени важны потоки пользователей через цифровой контент. Отсюда следующие рекомендации:

- всегда оптимизировать контент для мобильных устройств;
- выбирать быстрые, текущие события (например, прокрутку) по щелчкам там, где это возможно;
- стремиться принести больше контента непосредственно пользователям, не ожидая, что они его найдут;

Пример: «Кварц». «Кварц» – это одна из новых категорий контента, которая позволяет избежать кликов и слоёв контента в пользу плоской иерархии, которая выводит пользователя непосредственно в его истории.

4. Перекрёстная продажа. Супермаркеты помещают конфеты, соду и журналы в контрольную линию, потому что перекрёстная про-

даже – эффективный метод визуального мерчендайзинга. У контент-маркетологов также есть большие возможности, чтобы предложить контент, который с наибольшей вероятностью поможет пользователю. Из этого следует:

- используйте релевантность, связанность, популярность и популярность в качестве ключевых рычагов для товарного контента;
- настраивать столько, сколько позволяет ваша платформа, исходя из того, что вы знаете о контексте, интересах и поведении пользователя (например, не предлагайте контент, который видел пользователь). Подобно углу бакалеру, который знает имя каждого клиента, чем больше вы понимаете своих читателей индивидуально, тем эффективнее будете продвигать лучший контент для пользователя.

Пример: The New York Times. «Нью-Йорк Таймс» была первым пионером в персонализированных рекомендациях читателей. Было выявлено, что рекомендации были достаточно хорошими, и они должны работать со своими читателями, поскольку они более глубоко внедряют эту отличную технологию в пользовательский интерфейс.

Американский рекламный значок Morris Nite попытожил возможность визуального мерчендайзинга: «Реклама перемещает людей к товарам; мерчендайзинг перемещает товары к людям». Предоставляя визуально привлекательный опыт, который делает интересным контент, увеличивается вероятность того, что посетители будут потреблять больше товаров. Розничные продавцы уже давно освоили это искусство, но мы все ещё находимся на ранней стадии, когда речь идёт о применении визуальных мерчендайзинговых технологий к контенту продаж.

### **Список использованных источников**

1. Ламбен Жан-Жак Стратегический мерчендайзинг: учебник / Жан-Жак. Ламбен. – М.: Мир, 1996. – 215 с.

2. Ільїн В.Ю. Вплив маркетингу на конкурентну боротьбу підприємств в умовах глобалізації / В. Ю. Ільїн // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації : міжнар. зб. наук. праць / відпов. ред. Н. В. Семеншена. – Терн. : Крок, 2014. – Вип. 3. – С. 240–242.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ**

Многолетний глобальный экономический кризис создаёт серьёзные проблемы предприятий. Спрос на продукцию снижается, объём инвестиций снижается, что приводит к ужесточению конкуренции и усилению ценовой конкуренции. В этих условиях повышение эффективности управления становится ключевым фактором успеха организации, которая должна основываться на анализе углублённой маркетинговой информации,

сегментации клиентов, уточнения их потребностей и потребностей и, как следствие, разработки ориентированной на клиента маркетинговой стратегии. Осознание индивидуальных особенностей каждого клиента и его потребностей позволяет оптимизировать затраты на продажи и маркетинг и получить максимальную отдачу от внедрения эффективных коммуникаций и взаимодействия с клиентами.

Исторически термин «конкурентоспособность» в основном использовался для привлечения внимания к издержкам фирм или стран. Некоторые авторы рассматривают конкурентоспособность с точки зрения возможностей для национальной промышленности и корпоративного развития. Портер выдвинул теорию оценки конкурентных преимуществ на основе пяти сил, которые оказывают значительное влияние на конкурентоспособность организации (Porter, 1990). Орал (1993) предложил использовать промышленную модель конкурентоспособности, которая позволяет оценить конкурентоспособность производства на отраслевом уровне.

Хагинс и Изуши относятся к выявлению источников высокого уровня производительности и долгосрочного роста производительности, достигнутых успешными конкурирующими фирмами в отдельных отраслях или отраслях (Huggins & Izushi, 2015). Ламбин (Lambin, 1996) определяет конкурентные преимущества как сочетание организационных характеристик, создающих определенные преимущества по сравнению с их конкурентами. Айгингер и Фогель (2015) [1] считают, что конкурентоспособность – не просто результат бухгалтерского учёта, который сравнивает затраты и доходы в определённый момент времени. Более широкое толкование термина оценивает источники

конкурентоспособности фирм, а также их будущие перспективы. Это включает в себя изучение рынков, на которых конкурируют фирмы, процессы, которые приводят к благоприятному соотношению цены или производительности, и возможности для его поддержания.

В российской практике наиболее распространённые методы оценки конкурентоспособности являются индексные и рейтинговые модели, основанные на сравнительном анализе комбинации предприятия характеристики. Первым шагом в таких моделях является разработка показателей конкурентоспособности (Заде, 1965) с дальнейшим определением интегральной оценки компаний. Эти методы включают вычисление интегрального уровня конкурентоспособности, а также графический метод, предполагающий использование полигона конкурентоспособности. Преимуществом этих методов является то, что они позволяют отделить выбранные характеристики, последовательность их оценки и расчётный критерий, с помощью которых можно сделать вывод о уровне конкурентоспособности. Идентификация реального состояния предприятия имеет решающее значение для бизнеса с точки зрения повышения их конкурентоспособности. Чжан, Тан, Шен и Ву (2011) [2] разработали идею разработки показателей конкурентоспособности с учётом экологических особенностей, а также особенностей местного рынка. Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность является характеристикой, которая сочетает в себе различные факторы, структуру, процессы и способности. Для её оценки следует использовать систему показателей, учитывающих особенности рынка и уникальность предприятия.

Процесс сегментирования клиентов на промышленных рынках имеет ряд отличительных особенностей. Компании на промышленных рынках, как правило, выбирают партнёров на основе взаимного интереса к сотрудничеству. Сегментация промышленных рынков требует комплексного подхода, учитывающего отраслевые особенности, а также технологические характеристики предприятия и процесс принятия решения о покупке. Поскольку сегментирование рынка играет ключевую роль в разработке бизнес-стратегий, топ-менеджмент компаний требует проведения сегментационных исследований, рассматривающих его как важный инструмент стратегического планирования (Neal, 2002).

Если клиенты на промышленном рынке неоднородны, рекомендуется использовать многомерные статистические методы. Кластерный анализ признан самым распространённым статистическим методом, применяемым для сегментирования рынка. Исследователи обосновывают выбор статистического метода сегментации по характеристикам выборки переменных, а также уникальные особенности получения и визуализации результатов. Шаффер и Грин предлагают применять

кластерный анализ k-средних как метод сегментации. Этот метод даёт возможность более тщательно и правильно выбирать переменные для кластеризации и получать более точные результаты при анализе более широкого выбора (Schaffer & Green, 1998). Дас также описывает преимущества такого типа кластеризации, подчёркивая возможность чёткого разделения наблюдений между количеством выбранных заранее кластеров и учитывать даже минимальную разницу между наблюдениями (Das, 2013) [3].

По словам Хепсена и Ватансевера, более объективный результат сегментации может быть достигнут путём иерархического кластерного анализа, когда пользователю не нужно предоставлять точные параметры кластеризации, например, число кластеров заранее. Чтобы добавить, появляется возможность визуализации результатов проведённого анализа (Hepsen & Vatansever, 2011). Пандж и Стюарт (Punj and Stewart, 1983) предлагают выбрать метод кластерного анализа, при котором объединённые кластеры станут наиболее полезными для конкретной исследовательской задачи.

Учитывая сложность промышленного рынка, рекомендуется интегральное использование различных методов иерархического кластерного анализа при проведении сегментации рынка, чтобы уменьшить неопределённости и очертить уникальные особенности клиентов. Иерархические методы кластеризации позволяют подробно исследовать структуру ссылок и различия между объектами и выбирать оптимальное число кластеров. Результаты кластеризации в конечном итоге дадут возможность разработать индивидуальные маркетинговые программы для каждого сегмента, направленные на усиление мотивации клиентов для увеличения частоты покупок.

### **Список использованных источников**

1. Aiginger K. & Vogel J. Конкуренентоспособность: от вводящей в заблуждение концепции к стратегии поддержки за пределами целей / K. Aiginger & J. Vogel. – ВВП. –2015. – 215 с.

2. Das S. Распознавание образов с использованием метода нечёткой c-means Technique International / S. Das // Журнал энергетики, информации и коммуникаций, 2013. – №4 (1). – С. 1–14.

3. Hepsen A. & Vatansever M. Использование алгоритмов иерархической кластеризации для жилого рынка Турции / A. Hepsen & M. Vatansever // Международный журнал экономики и финансов IJEF. – №4 (1). – 2011. – С. 21–34.

Дариенко Оксана Леонидовна  
ассистент  
Иванова Карина Александровна  
студентка  
Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДонНТУ»

## **БРЕНДИНГ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА**

В последнее время наблюдается интенсификация маркетинговых технологий, создающих новые методы продвижения товаров на рынок, формы рекламы и т.д. Среди новых направлений весьма актуальным является брендинг территорий как метод привлечения инвестиций, увеличения рабочих мест, повышения конкурентоспособности и инновационной способности посёлков, городов и региона в целом.

Важным инструментом продвижения позитивной информации и создания положительного имиджа города является брендинг. В широком смысле брендинг представляет собой процесс формирования положительного образа города в сознании тех или других целевых групп с помощью визуальных и других коммуникаций [2]. Результатом успешного брендинга в зависимости от поставленных целей может быть узнаваемость города людьми, которые его никогда не посещали, увеличение инвестиционных, туристических потоков на территорию города, улучшение городской среды и т.д.

Учёные установили, что существует несколько направлений брендинга территорий:

- туристы – это большая часть бюджета города;
- предприниматели – за счёт налогов, которые они платят, пополняется городской бюджет;
- инвесторы – помогают развиваться городу, предприятиям.
- местные жители – люди приезжающие на определённую территорию на постоянное место жительства.

В 1990 году практика маркетинга городов получила широкое распространение. Первым городом, получившим бренд, стал Нью-Йорк. Целью брендинга стало изменение образ Нью-Йорка как «города, где живёт пролетариат». Был сделан акцент на туристической привлекательности, а также на привлекательности города для активизации трудовых миграций. Так появился слоган «I love NY». В результате логотип «I love NY» стал общеупотребительным и породил множество подражаний.

Компания I Amsterdam была запущена в 2004 году. Целью было преодоление сложившегося в 1960-е годы имиджа города, «зависшего между Вермеером, тюльпанами и опасностью», имиджа в духе «sex, drugs & rock'n'roll» (или, как писали на майках, «Я был в Амстердаме и выжил»), создать привлекательную атмосферу, образ города, существующего для людей. Согласно концепции бренда, Амстердам – это «город культуры, город каналов, город встреч». Занимались брендингом Amsterdam Partners, KesselsKramer, на реализацию проекта было затрачено более 160 млн евро [1].

С 2009 года началась разработка концепции бренда Копенгагена. «Open For You» – представлял Копенгаген открытым во всех смыслах городом, комфортным, дружественным к окружающей среде, толерантным и «дружественным к туристам, бизнесу, инвестициям, жизненному опыту, альтернативам». В результате Копенгаген стал лучшим городом мира для велосипедистов, вторым в списке лучших городов мира по уровню безопасности, лучшим – для бизнеса, вторым в списке городов-моделей устойчивого развития, городом с самым точным и пунктуальным аэропортом Европы.

С 2000 года создан бренд Гонк-Конга. Основная цель – сохранить международное политическое, экономическое и «человеческое» измерение Гонконга после его воссоединения с Китаем. В 2009–2010 годах содержание бренда было уточнено с поправками на «мультикультурализм»: мегаполис-космополит – это не только туристический, финансовый и логистический центр, но в духе времени центр инноваций, креативных индустрий и образования мирового уровня. За 8 лет ребрендинга осуществлено серьезное перераспределение потоков: культурный и рекреационный туризм в основном из стран Азии, Океании и Австралии; деловой туризм – из Америки, Южной и Юго-Восточной Европы.

Кампания OnlyLyon для города Лион была создана в 2007 году. В 2009 году в Лион совершено 2800 тыс. деловых поездок. В 2010 году ежегодные инвестиции в научные исследования достигают 4 млрд евро, а город занимает девятое место по привлекательности для предпринимательства.

Из крупных брендинговых проектов имеет смысл также отметить изменение логотипа города Мельбурна (Австралия). Власти Мельбурна представили новый логотип города, представляющий собой букву «М», напоминающую по форме кристалл. Новый символ должен постепенно заменить около 50 различных логотипов, которые сейчас используют власти Мельбурна.

Процесс формирования имиджа активизируется внешними факторами, и чем более значимыми они являются, тем более активными



катализаторами брендинга выступают. Для имиджа Донецкого региона сильными индексами стали футбольный чемпионат Евро-2012 и события января-марта 2014, связанные с оценкой Евромайдана и назреванием протеста и несогласия.

Политические события последних лет активизировали необходимость поиска собственной позиции и новых штрихов к собственному имиджевому портрету для Донбасса. От образа региона трудовой славы, шахтёрского региона, Донбасс вынужден отходить, определённым образом заново отыскивая собственные идентификации.

Проведённый анализ позволил установить, что жители Донбасса ассоциируют свой регион в символическом аспекте с пятью группами идентификаций различной направленности (символы в порядке убывания):

1. Промышленно-производственная идентификация, выраженная в угольно-металлургической направленности (символы: уголь/штольня, терриконы, металл, пальма Мерцалова).

2. Спортивно-научная идентификация (символы: ФК «Шахтёр», Донецкий национальный технический университет).

3. Туристско-рекреационная идентификация (символы: памятник Шахтеру, ландшафтный парк «Меотида», Хомутовская степь).

4. Продуктовая идентификация (символы: пиво «Сармат», ТМ «Ширый Кум», ТМ «Геркулес»).

5. Официально-символическая идентификация (государственные символы Донецкой Народной Республики).

Сегодня Донбасс должен сам создавать и определять свой имидж, распространять правдивую положительную информацию о себе, потому что имидж, моделируемый внешней стороной, зачастую не соответствует действительности. На сегодняшний приоритетной задачей для брендинга Донецкого региона является деятельность, направленная на изменение неблагоприятных суждений и стереотипов. Успех имиджа Донецкого региона будет определять эффективность коммуникаций, как внутри региона, так и на международной арене, поэтому необходима программа имеджирования Донбасса, в которой будет сделан акцент на создании и поддержке позитивных ассоциаций о Донбассе и его жителях, о культуре и экономике региона.

Следует уделять большое внимание освещению гуманитарных вопросов, таких как история Донбасса, идеология регионального патриотизма, поддержка региональных культурных процессов, творческих фестивалей. Необходимо развеять миф «антидонбасской кампании», чтобы избежать искажения образ региона, изменяя с помощью дезинформации самоидентификации жителей Донбасса. Для того чтобы задействовать весь имиджевый потенциал региона, необходима проду-

манная информационная политика и чётко спланированы имиджевые кампании. Удачное сочетание внутренней и внешней составляющей имиджа Донбасса даст возможность скорректировать негативный имидж и создать основания для формирования положительного имиджа Донбасса и привлечения инвестиций в регион.

### **Список использованных источников**

1. Александр Крамер 10 примеров успешного ребрендинга городов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=188010> (Дата обращения: 09.03.2017). – Название с экрана.
2. Богун К.В. Алгоритм створення і реалізації програми маркетингу і брендингу міста / К.В. Богун // Экономика и управление. – 2013. – №2. – С. 40–45.

**Дудник Светлана Сергеевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА**

Современные рекламодатели все чаще обращаются к инструментам, которые показывают наибольшую эффективность при наименьших затратах, что обусловлено высокой конкуренцией на рынках самых различных областей. Именно поэтому большую популярность заработала реклама в интернете и всевозможные маркетинговые инструменты, которые относятся к BTL-маркетингу. Реализуется прямой маркетинг с помощью разнообразных коммуникаций, в том числе телефона, почты (direct mail), интернета [1]. Конечно, с развитием цифровых технологий воздействие на потребителя через виртуальную сеть используется повсеместно, но принципы организации и использования данного инструмента в целом идентичны – как в Сети, так и в офлайн.

Эффективность прямого маркетинга доказана не одним годом его применения: объём продаж с помощью этого инструмента в США ежегодно составляет порядка 100 миллионов долларов. Расходы на direct mail порой достигают четверти всего рекламного бюджета. Очевидно, что преимущества такого воздействия оценены. Среди них можно выделить невысокую стоимость, точность определения целевой

аудитории и высокую избирательность рекламы, возможность скрыть от конкурентов рекламную кампанию, максимально точный анализ эффективности, отсутствие ограничений по времени и способу воздействия – от традиционного письма до видеоряда, присланного на диске. Ко всем достоинствам использования прямого маркетинга можно смело добавить возможность применения современных технологий, в частности интернета. Электронные письма сняли любые ограничения почтовых рассылок относительно времени доставки. К тому же стоимость отправления таких сообщений ещё ниже традиционных способов связи. А воспользоваться электронной рассылкой можно из любого уголка планеты, а организовав мобильный офис, можно всегда быть на связи со своими клиентами и партнёрами. Кроме того, подобная технология позволяет иметь постоянный доступ к базам данных организаций.

Из преимуществ прямого маркетинга вытекает и понимание его эффективности: существует возможность воздействовать непосредственно на потребителей, выбирая действительно заинтересованных среди них [2]. Соответственно, зная адресатов, можно легко подсчитать эффективность применения инструмента и своевременно менять содержание рассылки и другие параметры. Маркетинг баз данных будет наиболее эффективен в том случае, если он сосредоточен на построении взаимоотношений. Прямой маркетинг не должен быть похож на «отдельные выстрелы», которые имеют своей целью побудить покупателей к быстрому ответу до того, как они станут недоверчивыми. Такой маркетинг создаёт краткосрочных ненадёжных покупателей, ответная реакция которых зачастую бывает, вызвана обманным путём.

Построение отношений с клиентами должно происходить на основе их жизненных ценностей. Только в этом случае они будут долгосрочными и принесут ощутимую пользу. Однако, прежде чем начинать строить отношения, необходимо тщательно отобрать наиболее перспективных покупателей, которые могут внести наибольший вклад в объём совершаемых продаж. Для того чтобы выбрать подобных покупателей, маркетологи часто разрабатывают потребительские профили. Эффективным средством при построении взаимоотношений с клиентами является, например, выпуск и рассылка по приоритетной базе различных собственных корпоративных изданий и бюллетеней, отражающих последние новости в какой-либо отрасли и тенденции её развития на ближайшую перспективу. За счёт этого создаётся единое информационное поле, в пределах которого компания, выпускающая подобное издание, становится все более привлекательной и завоёвывает новых клиентов, показывая им, что именно она поможет удовлетворить их потребности и не отстать от наметившихся тенденций.

Прямой маркетинг имеет также и свои недостатки: он не столь результативен, если используется в качестве краткосрочной стратегии; плохо проведённый прямой маркетинг порождает недоверие к фирме и создаёт её негативный имидж; слабая координация прямого маркетинга с деятельностью компании, распределением товаров или корпоративной стратегией может привести к потере покупательской лояльности; сообщения в системе прямого маркетинга могут вступать в противоречие с другими маркетинговыми сообщениями (например, с массовой рекламой той же фирмы) [2]. В связи с последним обстоятельством необходимо помнить, что использование прямого маркетинга будет максимально эффективным лишь в том случае, когда он выступает не в качестве отдельного средства, а органично включён в систему интегрированных маркетинговых коммуникаций. Инструменты прямого маркетинга превратились в огромную силу по продвижению продаж по ряду причин, включая следующие:

1. Экономия времени. Потенциальные клиенты сейчас намного более заняты, чем раньше, жизнь становится все более динамичной и напряжённой.

2. Меньше осложнений и рисков. Пробки, цены на парковку и иные риски отбивают у покупателей желание ездить по магазинам.

3. Более низкие цены. Способы «непрямых» покупок значительно выросли в цене, а покупательская способность снизилась.

4. Более удобно. Возможно, интернет – это наиболее удобный способ выбора товара, сравнения продукции и заказа её домой или в офис.

5. Анонимность. Некоторые покупатели предпочитают анонимность при покупке определённых продуктов.

Таким образом, существует тенденция к дальнейшему развитию прямого маркетинга. Поэтому специалистам по продажам стоит более тщательно изучать и более эффективно применять инструменты прямого маркетинга и объединять их в единую стратегию продвижения продаж в рамках бюджетного стимулирования сбыта.

### **Список использованных источников**

1. Виды прямого маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://topknowledge.ru/market/2575-vidy-pryamogo-marketinga.html> (Дата обращения: 03.03.2017). – Название с экрана.

2. Прямой маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futureaccess.ru/Mediacenter/biznes-stati/directmarketing> (Дата обращения: 03.03.2017). – Название с экрана.

## **СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ЦЕНОВОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ**

В современных условиях хозяйствования выработка эффективной ценовой политики в современных условиях экономической нестабильности представляет значительную сложность, но именно она предопределяет успехи в бизнесе – объём продаж, доход, прибыль.

Маркетинговая ценовая политика – это комплекс мероприятий по определению отпускной цены, скидок, условий оплаты за товары или услуги, управление ценами с учётом пожеланий и возможностей потребителей, а также одновременного обеспечения прибыли предприятия-товаропроизводителя или продавца [1].

Цена, которую платят за товары или услуги потребители, имеет разные названия: плата (за обучение, квартиру, аренду), проценты (за банковский кредит, посредничество), страховой взнос, гонорар, тариф (за проезд или перевозку грузов), аванс, комиссионные, заработная плата. В любом случае с точки зрения маркетинга цена – это деньги, или какая-то другая компенсация, которую предлагают за переуступки права собственности или пользования товарами (услугами).

Политика цен традиционно является одним из главных элементов маркетинга по нескольким причинам. Во-первых, цена – один из главных инструментов в конкурентной борьбе. Во-вторых, соответствующий уровень цен даёт возможность производителю продать товар, получить соответствующие доходы и прибыль, а потребителю этот товар приобрести и использовать для собственной потребности. В-третьих, цена – это просто и точно измеряемая переменная, которая традиционно используется во всех экономических расчётах предприятия. В-четвёртых, цена – важная предпосылка достижения предприятием своих стратегических целей (освоение рынков или стратегических пространств). В-пятых, в рыночной экономике цена является надёжным уравнивателем спроса и предложения товаров [2].

Роль и значение маркетинговой ценовой политики в деятельности предприятия существенно зависят от типа рынка. Наибольшей является её роль на рынке монополистической (несовершенной) конкуренции, где количество конкурентов относительно невелика, их силы примерно равны, но товары достаточно дифференцированы.

Монополистическая конкуренция побуждает предприятия использовать стратегию дифференциации, которая базируется на внешних конкурентных преимуществах, т.е. отличительных товаров, которые создают соответствующую выгоду для покупателей, а следовательно, могут быть предложены потребителям по соответствующим ценам.

Несколько меньшая роль маркетинговой ценовой политики на олигополистическом рынке. Небольшое количество продавцов, которые немедленно реагируют на ценовую политику конкурентов, трудности проникновения на такой рынок приводят к тому, что каждый предприниматель, желая изменить цену, ориентируется, прежде всего, на возможную ответную реакцию других предприятий [2].

Незначительным является роль маркетинговой ценовой политики и на рынке чистой (совершенной) конкуренции. Главная причина этого – наличие рыночной цены, которая устанавливается автоматически благодаря большому количеству продавцов и покупателей, актов купли-продажи, соотношению спроса и предложения. Главная задача маркетинговой политики на таком рынке – проследить по объёмам спроса и предложения, динамикой цен.

Минимальной является роль маркетинговой ценовой политики на рынке чистой монополии. Здесь, учитывая то, что на рынке доминирует один товаропроизводитель, которому противодействует большое количество покупателей, наличие государственных ограничительных нормативов, цена может быть как ниже, так и значительно выше себестоимости товаров [3].

В результате проведённого нами исследования необходимо отметить, что ценовая политика является составной частью более общей маркетинговой политики и формируется исходя из её цели. Основное внимание должно быть уделено тем рынкам и сегментам, которые имеют стратегическое значение для предприятия. Для каждого целевого рынка должна быть разработана маркетинговая стратегия, на достижение наиболее важной цели, на которую и должна быть направлена ценовая политика. Ценовая политика должна быть такой, чтобы привлечь избранную группу потребителей, обеспечивая стратегические преимущества перед конкурентами.

#### **Список использованных источников**

1. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
2. Сущность и роль маркетинговой ценовой политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studbooks.net/769406/marketing/suschnost\\_rol\\_marketingovoy\\_tsenov\\_ou\\_politiki](http://studbooks.net/769406/marketing/suschnost_rol_marketingovoy_tsenov_ou_politiki) (Дата обращения: 03.03.2017). – Название с экрана.

3. Ценовая политика и её роль в маркетинговой деятельности предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mkg.ucoz.com/publ/cenovaja\\_politika\\_i\\_ee\\_rol\\_v\\_marketingovoj\\_dejatelnosti\\_predprijatija/1-1-0-73](http://mkg.ucoz.com/publ/cenovaja_politika_i_ee_rol_v_marketingovoj_dejatelnosti_predprijatija/1-1-0-73) (Дата обращения: 03.03.2017). – Название с экрана.

**Микрюкова Анастасия Евгеньевна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

В условиях современного развития рыночной экономики, и предпринимательства становится все более актуальным вопрос об изучении маркетинговой деятельности, её усовершенствования и усовершенствования системой её управления. Это обусловлено, прежде всего, высокими темпами роста предпринимательства, в основном малых предприятий. Однако именно в сфере малого предпринимательства наблюдается очень высокая степень конкуренции, и для того чтобы выжить на рынке и получить прибыль предприятиям необходимо четко держать свою позицию.

Что бы из большого количества разнообразной продукции, потребители выбрали именно нашу, нужна грамотная маркетинговая политика.

Маркетинговая деятельность это не просто набор инструментов для продвижения бизнеса вперед, это целая система, которая включает в себя сбор информации, её обработка, исследования и анализы, выявление основных проблем и направлений для развития и само собой средства достижения этих целей.

Грамотное ведение маркетинговой деятельности на предприятии это целое искусство, необходимое для того чтобы оно работало успешно и приносило прибыль.

Целью написания данной работы является – изучение теоретических основ маркетинговой деятельности, анализ маркетинговой деятельности.

Вопросам исследования маркетинговой деятельности на предприятиях посвящено множество работ как отечественных, так и зарубежных авторов.

Большой вклад в изучение маркетинговой деятельности предпринимательства внесли зарубежные авторы, такие Котлер Ф., Отт Р. [1], Якобсон А. и др.

Данной проблемой также занимались и отечественные учёные, среди которых следует выделить таких как Березин И.С. [2], Синяева С.В., Синяев В.В., Калюжнова Н.Я., Ивашкова Н.И., Романов А.А. и др.

Современные проблемы в становлении и развитии рыночных отношений в народном хозяйстве на фоне эволюции систем управления, позволяют говорить о необходимости формирования и реализации эффективной маркетинговой политики.

Мировой опыт свидетельствует, что маркетинг является средством перспективного развития предприятий. В основе эффективного ведения хозяйства лежат современные подходы и методы хозяйствования, поэтому необходимым условием является создание налаженной маркетинговой службы по всем направлениям деятельности [3].

Функционирование предприятия требует формирование целостной, научно обоснованной системы организации и эффективной системы управления предприятием. Такой системой должна стать маркетинговая политика предприятия, которая была бы направлена на удовлетворение потребностей и спроса на рынке, адекватно реагировала бы на изменения внутренней и внешней среды, способствовала бы повышению конкурентоспособности предприятия.

Маркетинговая политика должна обеспечить:

а) надежную, достоверную и своевременную информацию о конъюнктуре рынка, структуру и динамику конкретного спроса, вкусы и предпочтения покупателей, ценовую ситуацию, то есть информацию о внешних условиях функционирования предприятия;

б) налаженный процесс маркетинговой деятельности.

Для внедрения маркетинговой политики в практику хозяйствования предприятий целесообразно использовать такие методы маркетинговой политики: управление маркетинговой деятельностью как системой, то есть планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы и индивидуальных обязанностей каждого участника работы предприятия, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений; анализ внешней среды, который охватывает не только рынок, но и политические, социальные, культурные и другие условия.

Исходя из проведенного исследования можно сделать вывод, что для совершенствования системы управления маркетинговой деятельности предприятия малого и среднего бизнеса могут конкурировать среди всего их множества, а маркетологи этих предприятий должны грамотно вести свою деятельность, быстро адаптировать её под



изменения на рынке и постоянно усовершенствовать систему управления маркетинговой деятельности.

### **Список использованных источников**

1. Отт Ричард Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг / Ричард Отт. – Перевод с англ. – М.: Информационно– издательский дом «Филинь», 2003. – 235 с.

2. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков / И.С. Березин. – М.: Русская Деловая Литература, 2003. – 416 с.

3. Официальный сайт: «Передовой маркетинг». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://s3-eu-west> (Дата обращения: 10.03.2017). – Название с экрана.

**Навроцкая Анастасия Алексеевна**  
**магистрант**

**ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»**

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В настоящее время развитие конкуренции в экономике, в частности в секторе агропромышленного комплекса, обуславливает необходимость совершенствования стратегии маркетингового поведения с целью своевременного приспособления к условиям внешней среды и достижения удовлетворительных результатов, которые необходимы для обеспечения экономической безопасности предприятия.

Для большинства предприятий аграрного сектора характерным является эпизодическое, бессистемное и, как следствие, малоэффективное применение маркетинга. Именно это состояние вещей негативно влияет не только на конкурентоспособность субъектов рынка, но и подрывает их экономическую безопасность.

Учитывая вышеизложенное, нами была разработана модель маркетинговой стратегии, которая представляет собой совокупность логической последовательности действий (рис. 1).

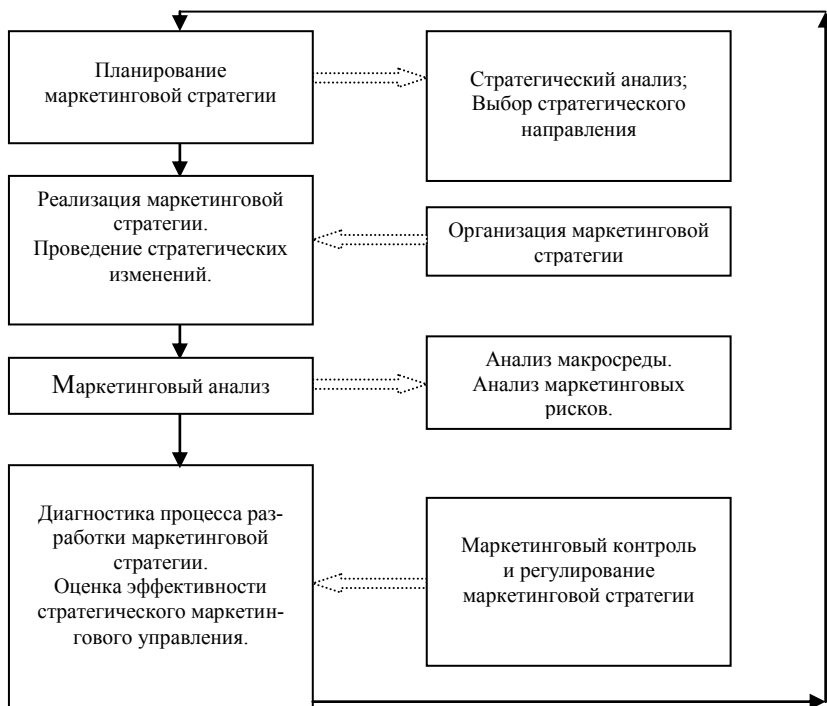


Рисунок 1 – Модель маркетинговой стратегии предприятия

Для устойчивого функционирования следует дать оценку уровня экономической безопасности, исходя из которой возможно будет определить возможности и план развития на перспективу с разработкой программы её реализации; результаты контроля отражаются на первоначально оцениваемых показателях экономической безопасности [2].

Основной замысел взаимодействия экономической безопасности и маркетинга заключается в том, что первая диктует условия стратегическому маркетингу, а он, в свою очередь, является механизмом интенсификации экономической безопасности субъекта рынка для увеличения своих возможностей в будущем.

Мы считаем, что формирование маркетинговой стратегии является необходимым обстоятельством при разработке плана действий для успешного результата и обеспечения экономической безопасности предприятия.

## Список использованных источников

1. Анурин В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: уникальный отечественный опыт: учебное пособие для вузов по специальности 061500 «Маркетинг» / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб. и др.: Питер: Питер Принт, 2004. – 269 с.
2. Взаимосвязь маркетинга и экономической безопасности фирмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.academia.edu/22630457/Взаимосвязь\\_маркетинга\\_и\\_экономической\\_безопасности\\_фирмы](http://www.academia.edu/22630457/Взаимосвязь_маркетинга_и_экономической_безопасности_фирмы) (Дата обращения: 3.03.2017). – Название с экрана.
3. Носов А.А. Маркетинговый подход к обеспечению экономической безопасности предприятия: дис. А.А. Носова, канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2005. – 194 с.

**Переходченко Дарья Константиновна**  
магистрант

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Необходимость быстрого реагирования на изменение факторов внешней и внутренней среды, адаптации к новым рыночным условиям, генерирования новых идей и реализации требуют использования современных методов и инструментов управления для обеспечения конкурентоспособности и поиска конкурентных преимуществ организации.

Многочисленные исследования показывают, что в условиях конкуренции важнейшим свойством любого предприятия является конкурентоспособность, которая определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами [1; 3].

На основе исследований по рассматриваемой проблеме нами разработана схема методического подхода к разработке и реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия (рис. 1).



*Рисунок 1 – Алгоритм разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия*

На первом этапе необходимо провести анализ состояния компании, на основании которого получают важную информацию об угрозах и положительных возможностях окружающей среды, а также и о сильных и слабых сторонах самого предприятия. На основе результатов анализа формулируются цели предприятия (долгосрочные и краткосрочные) и определяются наиболее важные из них. Приоритетные долгосрочные и среднесрочные цели конкретизируются в краткосрочных целях, содержащих определённые количественные ориентиры. Определяется дерево целей конкурентоспособности предприятия.

Сформулировав цели своего развития, компания определяет стратегии их достижения, т.е. долгосрочные действия, направленные на выполнение поставленных задач. Стратегия компании, как правило, состоит из продуманных целенаправленных действий и реакции на непредвиденное развитие событий. Опираясь на базовые стратегии обеспечения конкурентоспособности, предприятие формирует стратегию своего развития, исходя из доли рынка и уровня диверсификации производства. Предприятие определяет свои долгосрочные действия по отношению к рынкам, товарному ассортименту, ценообразованию, товародвижению и продвижению товара на рынок, разрабатывает маркетинговые стратегии в соответствии с различными состояниями спроса, формирует направления своего развития.

На втором этапе разрабатывается структура стратегии повышения конкурентоспособности предприятия с учётом требований системного и комплексного подходов, включающая основные элементы стратегии с учётом внешних и внутренних факторов.

Оценка качества стратегии проводится экспертным методом, предложенным Фатхутдиновым Р.А. на основе анализа и оценки уровня научного обоснования стратегии, её структуры, полноты и объективности выполненных прогнозов и расчётов по каждому разделу стратегии [2].

Обеспечение разработки и реализации стратегии включает в себя: правовое, методическое, ресурсное и информационное обеспечение.

В заключении на четвёртом этапе будет разработан механизм реализации стратегии, который состоит из следующих этапов – разработка структуры (плана) механизма реализации стратегии, организационные мероприятия по реализации стратегии, контроль, аудит и регулирование реализации стратегии.

Представленная методика может служить основой для исследований в области теории и практики управления конкурентоспособностью предприятия, а также апробирована на предприятиях при формировании и реализации их стратегий повышения конкурентоспособности.

#### **Список использованных источников**

1. Калюжная Н.Я. Маркетинг: общий курс: учебное пособие / Н.Я. Калюжная, А.Я. Якобсон. – М.: ОМЕГА-Л, 2007. – 476 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005 – 544 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.ru/kachestvom-upravlenie/upravlenie-konkurentosposobnostyu-organizatsii.html> (Дата обращения: 3.03.2017).

3. Yadin D. The International Dictionary of Marketing / D. Yadin: London: Kogan Page Limited, 2002. – 442 p.

**Пратасеня Алёна Витальевна**  
**магистрант**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Сегодня общее состояние рекламы можно охарактеризовать несоответствиями развития между информационно – продвинутыми нуждами, или потребностями населения, в рекламировании каких-либо товаров, организаций, личностей, услуг и недостаточно высоким уровнем создания и воспроизведения рекламы для представления конечному потребителю. Незначительный уровень развития рекламы, преобразования её в жизнь заключается в скучном и неинтересном оформлении; несоответствии информации, представленной на рекламном щите о качестве товара, о его оригинальности, о скидках или акциях на этот продукт; неблагоприятном влиянии на целостность восприятия теле- и радиопрограмм.

Поэтому для того, чтобы рискованные инвестиции в виде рекламы приносили ожидаемую выручку, следует правильно реализовывать рыночные задачи, употребляя высокую подготовку рекламы [2, с. 15].

Для того чтобы компания развивалась и оставалась на своём рынке, а также лидировала среди первых крупных организаций, действующих на определённом сегменте, следует первоначально установить правильную цену на предоставляемые услуги, товары данной компании. Главное при ценообразовании, следует учитывать полезность товара как фактор формирования цены.

Полезность товара – это его потребительский эффект, соотносимый и сопоставляемый покупателем с уплаченными за него деньгами.

Для определения экономической ценности, выпускаемого продукта, следует учитывать не только цену безразличия (цену лучшего из предлагаемых потребителю товаров – заменителей), но и положительную ценность отличий (а при необходимости следует вычесть и отрицательную ценность выпускаемого товара от товара – заменителя, но более лучшего качества).

Основной недостаток, являющийся первопричиной недейственной рекламы, является отсутствие специалиста по рекламе, который

занимается продвижением самого агентства среди других компаний конкурентов, предоставляющих различные услуги в области рекламы.

Комплекс мер по совершенствованию рекламной деятельности включает в себя следующие мероприятия:

1) введение в штат должности специалиста по рекламе (можно пригласить из рекламного агентства);

2) размещение рекламы в прессе;

3) совместное участие рекламного агентства и постоянных клиентов компании в организации стимулирования совместного сбыта;

4) создание более качественной и привлекательной системы скидок для потребителей;

5) целесообразно дополнить существующие способы рекламной деятельности предприятия (стенды, витрины, указатели) радиорекламой;

6) по возможности расширить ассортимент товаров и отразить это в рекламе;

7) создать бонусную накопительную карту;

8) иметь на предприятии несколько форм получения рекламных услуг, т. е. иметь возможность приобретать данную услугу наличными, по безналичному расчёту, предоставлять некоторые варианты в рассрочку;

9) предприятию следует набирать компетентных сотрудников, а уже только после данного критерия следить за качеством продукции, за приобретением офиса в удобном месте и т.д.

Иногда бывает полезным отметить в рекламе те параметры или свойства продукта, на которые потребитель обычно мало обращает внимания, над важностью которых для себя часто не задумывается [1].

Необходимо помнить, что при планировании мероприятий по рекламе одновременно необходимо планировать и мероприятия по связям с общественностью.

Последним этапом процесса принятия решений по рекламе является оценка её эффективности. Оценка эффективности всегда проводится в двух аспектах:

– каково влияние рекламы на динамику сбыта (темпы роста объёмов продаж);

– каково воздействие рекламы на потенциального потребителя, особенно на целевом сегменте рынка.

Наконец, осуществляются разработка и сравнительный анализ вариантов рекламных сообщений (варианты сопоставляются по тону, цветовой гамме, формам обращения и т.п.).

Таким образом, в рекламной деятельности, как и в любом из компонентов маркетинга, важное место занимают нововведение,

постоянный поиск неожиданных ходов и решений, приковывающих внимание потребителя к компании или её товарному знаку.

Можно сказать, что вся рекламная деятельность фирмы или предприятия является совокупностью рекламных кампаний. Несколько сместив аспект рассмотрения понятия, можно отметить, что рекламная кампания является основным инструментом реализации фирмой своей рекламной стратегии, одним из элементов тактического планирования рекламной деятельности.

### **Список использованных источников**

1. Харченко А. Рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности предприятия [Электронный ресурс] А. Харченко. – Режим доступа: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1413046104> (Дата обращения: 3.03.2017).

2. Баранова М.В. Реклама как феномен культуры. Дисс. канд. культурологии. М.В. Барановой. – Ниж. Новгород, 2000. – 159 с.

**Ружинская Инна Витальевна**  
**старший преподаватель**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА МАРКЕТИНГА**

Проблема качества является важным фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – это комплексное понятие, которое характеризует эффективность всех сторон деятельности: разработку стратегии, организацию предоставления услуг, маркетинг. Качество является не новой категорией относительно товара или услуги, однако относительно новым понятием в контексте маркетинга в целом.

Среди учёных еще не существует единого мнения относительно содержания понятия качество маркетинга и, соответственно, единой точки зрения относительно её методики оценки.

В настоящее время на практике комплексное оценивание качества маркетинга еще не получило надлежащего распространения.

По нашему мнению, понятие качественный маркетинг является шире, чем эффективный маркетинг. Качественный маркетинг – маркетинг, который приносит предприятию результаты, обеспечивая наивысший уровень удовлетворения потребностей потребителей, а для этого нужно, чтобы качество товаров, сбытовая политика, сервис были



разработаны и реализованы на высоком уровне. Таким образом, под качеством маркетинга предлагаем понимать совокупность свойств маркетинговой деятельности, которые определяют его способность выполнять функции маркетинга [2].

Независимую экспертизу качества маркетинга осуществляет международная организация Marketing Quality Assurance Ltd (MQA), которая основана 1990 г. Её деятельность и структура поддерживается согласно Европейскому Стандарту EN 45012. MQA выполняет услуги по сертификации маркетинга предприятий на соответствие систем международным стандартам серии ISO 9000. Подходы, которые реализуются в стандартах BS 5750, ISO 9000, ES 29000 поддавались критике за то, что они мало чего достигли по отношению к потребителям [3].

Оценка качества Marketing Quality Assurance Ltd осуществляется по 35 стандартам, разделенным по трем направлениям ориентации на потребителя, деловые, маркетинговые и сбытовые планы, ответственность руководства. Предусматривается, что система оценки эффективности маркетинга, которая закреплена по этим стандартам, безусловно, дает возможность получить точную, объективную и равносильную оценку маркетинга предприятия, однако данная методика не разглашается в связи с коммерческой тайной, ведь такая услуга по сертификации платная, очень трудоемкая и не может использоваться самостоятельно.

В практике маркетинга применяют два подхода к оценке качества – по объективным и субъективным свойствам. Наиболее обобщенным является рассмотрение объективных свойств, которое предусматривает осуществление мероприятий относительно целенаправленного «доведения» этих свойств к нужному уровню. Рассматриваются те свойства маркетинга, которые имеют заданные уровни. Особенность оценки качества маркетинга заключается в том, что потребители не оценивают маркетинг предприятия, а объективная и субъективная оценки даются менеджментом предприятия.

Качество маркетинга имеет такие аспекты [1]:

- философский, заключается в удовлетворении запросов покупателей, приоритете новаторства и долгосрочного мышления;
- поведенческий, отражается в заботе об имидже предприятия и его товарах, в ориентации на чувственное, а не рациональное восприятие товара;
- информационный, основывается на исследовании рынка, его творческом формировании;
- социальный, ориентирует предприятие на охрану здоровья потребителей и окружающей среды, на безопасную деятельность;

- принципа действия – комплексный системный маркетинг;
- дифференциации – в использовании поведенческих стереотипов клиентов в качестве управляющих факторов;
- организационный – в децентрализации и гибкости управления.

Особенное внимание во время оценки качества маркетинга уделяется некоторым отдельным видам маркетинговой деятельности. Каждый из этих видов деятельности может быть элементом или интегральным сочетанием в той или иной мере. Выделяют следующие варианты подходов к формированию системы частных видов деятельности [2]:

- поскольку разными продуктами руководят разные стратегические хозяйственные подразделения, то целесообразно оценивать качество каждого такого подразделения отдельно;
- в соответствии со структурой маркетингового управления и функций маркетинга целесообразно выделить три блока свойств: маркетинговые решения, маркетинговые программы, систему управления;
- допустимо выделить частные виды деятельности соответственно с направлениями комплекса маркетинга.

Возможным является и объединение перечисленных подходов, в частности первого подхода с третьим, а также не лишено смысла и объединения всех трех подходов вместе. На практике комплексный подход может включать разные частичные подходы. Предлагается оценивать качество реализации следующих функций маркетинга: «поставщик», «потребитель», «маркетинговые коммуникации», «качество услуги и обслуживания», «социально деловая активность», «имидж». Так, при оценке качества поставщика важен четкий учёт и контроль выполнения собственных обязательств поставки. Оценка качества маркетинга по функции «потребитель» направлена на привлечение новых потребителей и сохранение существующих рассчитывая прирост количества клиентов. По функции «сервис» определяют обобщающий показатель качества услуги, коэффициент качества обслуживания клиентов.

Приведенные показатели качества системы маркетинга позволяют:

- определить количество и структуру решений, которые принимаются, сравнительно с нормативными;
- раскрыть резервы для проектирования адекватной структуры решений;
- обнаружить степень и оперативность реализации решений, уровень централизации их принятия;
- выяснить уровень соответствия решений рациональным;
- определить эффективность маркетинговых решений;

– охарактеризовать уровень рациональной организации маркетингового цикла.

Относительно определения качества маркетинговых мероприятий не существует единого подхода, каждый из рассмотренных показателей дополняет друг друга и может быть использован в расчетах.

Следовательно, понятие качество маркетинга еще не вошло в постоянное потребление в научной среде, однако наиболее адекватным является следующее понимание этого понятия: это совокупность свойств и характеристик маркетинговых работ, способных осуществлять функции маркетинга, уровень которых формируется современными требованиями к управлению предприятия.

С целью усовершенствования маркетинговой деятельности и повышения конкурентоспособности предприятием необходимо регулярно осуществлять оценку качества маркетинговых мероприятий и соответственно внедрять мероприятия относительно её повышения.

### **Список использованных источников**

1. Завялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие / П.С. Завялов – М. ИНФРА-М, 2012. – 496 с.

2. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 463 с.

3. Яшева Г.А. Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты [Электронный ресурс] / Г.А. Яшева. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/practical/2003-08/02.shtml> (Дата обращения: 3.03.2017).

**Скачко Екатерина Валериевна**  
**магистрант**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Маркетинговый подход к процессу реализации продукции предприятия в современных рыночных условиях становится все более актуальным. Отечественные предприятия, в отличие от зарубежных, зачастую не имеют четкого представления об этапах формирования

маркетинговой стратегии, которая позволит им успешно работать в условиях высокой конкуренции. Поэтому определения маркетинговой стратегии на предприятии и, соответственно, этапов её разработки является неотъемлемой составляющей повышения эффективности его предпринимательской деятельности. На сегодня проблемой формирования маркетинговых стратегий, а также повышения эффективности их использования занимаются как зарубежные, так и отечественные ученые.

Теоретические аспекты по этому вопросу рассмотрены в трудах таких учёных, как Дж. Блайт, С. Горковенко, Ю. Карягин, Ф. Котлер, Е. Песоцка, А. Шканова и др.

Цель работы - определить место маркетинговой стратегии предприятия в системе его предпринимательской деятельности, проанализировать этапы её формирования на предприятии, определить составляющие маркетингового комплекса предприятий, а также особенности формирования элементов маркетинговой стратегии с учётом особенностей конкурентного рынка.

Маркетинг включает в себя комплексные исследования, информационные системы и планирования [4, с. 84]. Как отмечает Ф. Котлер, маркетинг начинается с исследования. Исследование рынка открывает различные сегменты, состоящие из потребителей с различными потребностями. Компания выбирать только те сегменты, которые сможет удовлетворить наилучшим образом. Для каждого целевого сегмента должно быть осуществлено позиционирование предложений, с помощью которого потребители определяют, насколько эти предложения отличаются от предложений конкурентов. На следующем этапе развития приобретает комплекс маркетинга, состоящий из товара, цены, распространения и продвижения. Далее компания осуществляет обеспечение комплекса маркетинга и контроль для отслеживания и оценки результатов [3, с. 33].

С. Горковенко утверждает, что маркетинговая стратегия предусматривает [2, с. 27]:

- сегментирование рынка – выделение отдельных групп потребителей;
- выбор целевых рынков - определение целевых сегментов, на которые фирма ориентировать свою деятельность;
- позиционирование товара на рынке;
- определение конкурентов-мишеней;
- определение конкурентных преимуществ.

На корпоративном уровне разрабатывается корпоративная маркетинговая стратегия. На бизнес-уровне определяется конкурентная стратегия. Функциональный уровень связан с разработкой стратегии

выбора целевого сегмента, стратегии позиционирования и маркетинговых стратегий по элементам комплекса маркетинга. Для формирования маркетинговой стратегии предприятию необходимо четко определить направление развития, конкурентные преимущества, которые станут основой стратегии, стратегии роста, конкурентную стратегию, функциональные маркетинговые стратегии.

Проанализировав приведенные выше положения, попробуем определить разработки маркетинговой стратегии в системе предпринимательской деятельности предприятия. На первом этапе формирования стратегии маркетинга выступает сегментация рынка услуг. Рыночный сегмент представляет собой устойчивую подгруппу общей совокупности потребителей, которые предъявляют специфические требования к продукту. Основным критерием рыночного сегментирования является донесение до целевой аудитории необходимую информацию с помощью рекламы или других форм коммуникации [1, с. 44].

После сегментирования рынка предприятие анализирует варианты охвата рынка, которые отвечают за конкретные обстоятельства, соответственно, недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг.

Следующим шагом при формировании стратегии маркетинга на предприятии является позиционирование. Процесс позиционирования состоит из трех этапов:

- определение набора возможных конкурентных преимуществ;
- выбор конкурентных преимуществ;
- продвижение выбранной позиции на выбранный целевой рынок.

Предприятия для обеспечения различия продукции по сравнению с той, которую предоставляют основные конкуренты, могут использовать следующие стратегии:

- товарной дифференциации;
- дифференциации по физическим атрибутам;
- дифференциации по типу обслуживания;
- дифференциации по персоналу;
- дифференциации по месту нахождения;
- дифференциации по имиджу.

После проведения сегментирования и позиционирования, предприятию необходимо переходить к функциональным маркетинговым стратегиям, которые касаются комплекса маркетинга. Комплекс маркетинга состоит из четырех основных элементов, таких как продукт, цена, место, продвижение.

Итак, в системе предпринимательской деятельности предприятия маркетинговая стратегия играет ведущую роль, определяя

приоритетные направления этой деятельности на конкурентном рынке. Формирование маркетинговой стратегии должно происходить с учётом последовательно осуществляемых сегментирования и позиционирования, а также определение основных элементов комплекса маркетинга. При разработке маркетинговой стратегии предприятия необходимо обращать внимание на особенности рыночной ситуации и характера конкуренции.

### **Список использованных источников**

1. Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт; пер. с англ. М.Ю. Зарицкой. – К.: Знання-Прес, 2008. – 493 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2009. – 280 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер; пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой; науч. ред. Б.А. Соловьев. – М.: АСТ, 2008. – 272 с.
4. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник для ВНЗ / О.М. Шканова. – К.: Кондор, 2010. – 302 с.

**Слепенчук Денис Константинович**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Эффективное формирование товарной политики предприятия является основой деятельности предприятия, перспективой его дальнейшего развития и функционирования, а также источником его доходов.

На сегодняшний день в условиях жёсткой конкуренции именно характеристики и свойства товара определяют направление производственной и рыночной политики предприятия. Абсолютно все мероприятия, которые связаны с товаром, такие как: создание, производство и совершенствование, реализация на рынках, сервисное и предпродажное обслуживание, разработка рекламных мероприятий, а также снятие товара с производства, занимают центральное место во всей деятельности товаропроизводителя и являются составляющими его товарной политики [2].

В свою очередь, товарная политика играет весьма важную роль в осуществлении маркетинговой и коммерческой деятельности предприятия на определённом рынке. С маркетинговой стороны – это действия, которые направлены на предоставление потребителям товаров и услуг предприятия, а с коммерческой стороны – это достижение экономической эффективности деятельности предприятия при осуществлении закупок и сбыта продукции.

Большая часть основных проблем товарной политики предприятий являются неопределёнными, неструктурированными, и не прогнозируемыми заранее. Вместе с тем, довольно часто определённые проблемы предприятия имеют как минимум несколько вариантов решения. Именно по – этому очень важен высокопрофессиональный и тщательный анализ данных предприятия и разработка оперативных альтернативных решений обнаруженных проблем. Правильно определённая товарная политика позволяет не только оптимизировать процесс формирования, усовершенствования и обновления ассортимента, но и выступает для предприятия определённого рода ориентиром общего направления его дальнейших действий.

В настоящее время можно выделить такие основные проблемы формирования товарной политики предприятия как: обеспечение надлежащего уровня качества продукции; формирование наиболее оптимального товарного ассортимента; создание и производство товаров – новинок и услуг; управление жизненным циклом товара; позиционирование товаров; обеспечение качественного сервиса.

Далее рассмотрим более подробно сущность каждой из выявленных проблем. Качество продукции абсолютно всегда было и остаётся довольно важной рыночной характеристикой. Взяв начало с последних десятилетий XX вв. стал наблюдаться весьма значительный рост значения качества продукции в жизни человека. Для 80% покупателей качество товара стало куда важнее его цены [1]. Также немало важным аспектом является и цена товара. К огромному сожалению, на сегодняшний день, высокая цена на товар ещё не является свидетельством того, что данный товар действительно высокого качества. Если говорить о товарах с более низкой ценой, то следует отметить, что и в низком ценовом сегменте жёсткая конкуренция, в основном, приводит к борьбе за количество продукции, а не за её качество, поэтому проблема несоответствия цены и качества весьма актуальна в наше время.

Фундаментальной основой для формирования ассортимента продукции является его ассортиментная концепция. В зависимости от специфики выпускаемой продукции и масштабов сбыта, формирование ассортимента может осуществляться различными методами. Основным критерием, по которому определяется оптимальность товарного

ассортимента, является его наибольшее удовлетворение потребностей потребителей при преимущественно эффективном использовании собственных ресурсов предприятия для изготовления товара с максимально возможными низкими издержками. Также должен быть организован постоянный контроль за поведением товара на определённом рынке, то есть за его жизненным циклом. Одной из концепций, решающей проблемы формирования и оптимизации ассортимента, является организация и эффективное взаимодействие производителя с оптовыми и розничными торговыми представителями, которое может позволить предприятию оптимизировать товарооборот от производителя к потребителю. Представленная концепция называется «категоричным менеджментом». Исходя из данной концепции, в момент формирования товарной категории учитываются следующие показатели: объём продаж, опрос потребителей.

В свою очередь, немало важной проблемой остаётся определение степени новизны товара, поскольку данное действие непосредственно влияет на цену товара. На сегодняшний день отсутствует шкала оценки рыночной новизны товара, при помощи которой можно было бы измерить и оценить уровень адаптации товара – новинки к рыночным изменениям.

Что касается проблемы позиционирования товаров, следует отметить, что основными аспектами, требующими внимания являются: несформированность определённого уникального образа в сознании потребителей; ситуация, в которой за торговой маркой стоит единственный критерий позиционирования; излишнее увлечение новыми товарами, которые позиционируются на одну целевую категорию. Данные обстоятельства чаще всего приводят к уничтожению одного товара другим, появляется проблема позиционирования бренда, вообще ключевым моментом его создания, а также управление системой брендов [2, ст. 19]. Следует также отметить, что для большинства товаров присуща тенденция существенного сокращения жизненного цикла. Исходя из этого, следует упомянуть, что именно анализ жизненного цикла товара позволяет вносить изменения в процесс формирования товарной, ценовой, сбытовой политики, которые, в свою очередь, влияют на характер и долговечность жизненного цикла товара.

Ещё одним немало важным аспектом является сервис, который представляет собой определённую и чётко организованную систему обслуживания, что позволяет потребителю выбирать для себя оптимальный вариант покупки товара, непосредственно сам товар и время его приобретения. На сегодняшний день производители продукции предлагают широкий выбор одинаковых по свойствам и качеству товаров, по одинаковым ценам, поэтому конкурировать между собой



предприятия могут как раз таки за счёт более качественного или более широкого сервиса. Непрерывное наблюдение за потребностями потребителей, услугами и товарами предлагаемыми конкурентами, соотношением доходов и стоимости сервиса поможет предприятию сформировать систему эффективного и качественного сервиса [3, ст. 111].

Подводя итог изложенному, следует сказать, что при формировании товарной политики основными направлениями являются: качество товара, ассортимент, позиционирование стратегии товарной инновации, жизненный цикл товара и сервис. В данных направлениях следует учитывать современные тенденции, которые характеризуют развитие товарного рынка.

### **Список использованных источников**

1. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия / Г. Шмален // Финансы и Статистика. – М., 2006. – С.58–64.
2. Ткаченко Н. Проблемы формирования маркетинговой товарной политики предприятия / Н. Ткаченко // Маркетинг и реклама, 2007. – №1. – С.16–19.
3. Ильяшенно С.М. Товарная инновационная политика: учебник / С.М. Ильяшенно – М.: Университетская книга, 2007. – 281 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М: Прогресс, 2007. – 240 с.

**Столбунов Александр Анатольевич**  
студент

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ**

Понятие «имидж» происходит от латинского «*imago*», связанного с латинским словом «*imitari*», означающего «имитировать». Под имиджем понимают совокупность впечатлений от общения с компанией. Имидж есть у всех компаний.

Имидж компании – это образ, который формируется в общественном и сознании, с помощью средств массовой коммуникации и психологического воздействия на потребителя, он необходим для формирования доверия. Имидж организации выступает одним из побуждающих факторов для вступления потребителей во взаимоотношения

с компанией. Позитивный имидж повышает конкурентоспособность и является одним из факторов коммерческого успеха [5].

Формирование и развитие имиджа компании является одним из важнейших направлений современного маркетинга. Успешная деятельность предприятия зависит от множества факторов, большую роль играет имидж компании.

В условиях конкуренции перед организацией возникает трудная задача – удерживать свои позиции на рынке и обеспечивать эффективность деятельности. На сегодняшний день развитие и формирование имиджа компании является одним из важнейших направлений современного маркетинга [4].

Чтобы продать услугу или товар, а также привлечь на свою сторону людей, успешно конкурировать на рынке, фирма, организация, или банк должны создать себе имидж, который будет им соответствовать. Внимание к имиджу стало особенно актуально в последние годы в связи с обострившейся проблемой выбора, вставшей перед потребителями (выбора товаров, услуг, политических партий, лидеров, руководителей), и обусловлено это возрастающей конкуренцией на разных рынках – потребительском рынке, политическом и пр. [1].

Основные средства формирования имиджа:

Важными являются визуальные средства – дизайнерские приёмы формирования имиджа, оформление витрин, создание упаковки, оформление выставок, рекламные сообщения и т.п.

Фирменный стиль – основа имиджа, главное средство его формирования. Это совокупность художественно-текстовых составляющих, которые обеспечивают зрительное и смысловое единство продукции и деятельности фирмы, исходящей от неё информации, внешнего и внутреннего оформления.

К основным элементам фирменного стиля можно отнести:

- логотип;
- графический товарный знак;
- цвета, которые в сочетании с формой товарного знака создают запоминающийся образ;
- фирменный шрифт;

Товарный знак – зарегистрированное в установленном порядке оригинально оформленное художественное изображение (оригинальные названия, художественные композиции и рисунки в сочетании с буквами, цифрами, словами или без и т.п.). Товарный знак служит для отличия товаров или услуг одного лица (юридического или физического) от однородных товаров или услуг другого.

Вербальные средства – подобранная стилистика, ориентированная на нужды потребителя.

Рекламные средства – способствующие формированию благоприятного отношения потребителей.

PR-мероприятия – продуманные, спланированные, усилия по установлению и укреплению отношений между компанией и общественностью. Это выставки, презентации, пресс-конференции [3].

Целесообразный имидж необходим для любого вида социальной деятельности, это подтверждает многолетняя практика. Современные условия, глобализация, требуют от руководителей умения правильно позиционировать и выделять себя среди большого количества конкурентов.

Таким образом, формирование эффективного имиджа компании – процесс сложный и многогранный, требующий достаточного количества времени, особого внимания и больших усилий. Компания должна постоянно заботиться о формировании и поддержании благожелательного отношения общества и персонала к себе.

Как показывает практика, только та компания, которая работает над формированием положительного имиджа на постоянной основе может рассчитывать на долговременный успех в условиях жёсткой конкуренции и глобализации экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижении / Б. Джи, 2010. – 221 с.
2. Мещанинов А.А. Образ компании / А.А. Мещанинов, 2010. – 280 с.
3. Лукиева И.Б. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / И.Б. Лукиева. – Ч. 2, 2009. – 126 с.
4. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – Издательство: Омега-Л, 2006. – 272 с.
5. Имидж компании. Использование Интернета для формирования положительного имиджа компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://promo.by/articles/internet\\_image.html](http://promo.by/articles/internet_image.html) (Дата обращения 27.02.2017).

## **СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В современном мире маркетинг является неотъемлемой частью успешной деятельности любой организации. Он обозначает деятельность по изучению групп потребителей и завоеванию рынка. Дословно термин «маркетинг» (от английского market – рынок) переводится как «делание рынка». Это означает создание спроса на те услуги, идеи и товары потребления, которые могут обеспечить достаточную прибыль в виде реального результата соответствующей деятельности на рынке.

Маркетинг – явление динамичное, сложное и многоплановое.

В настоящее время современный маркетинг трактуется как совершенно новая философия предпринимательства, в основе которой лежат моральные и социально-этические нормы делового общения, интересы общества и потребителей, правила добросовестной коммерческой деятельности и международные кодексы [1].

Основная сущность маркетинга заключается в том, что он является не только одним из важных направлений по совершенствованию управления производством и сбытом продукции, но и представляет собой сложный социально – экономический комплекс мероприятий по удовлетворению нужд потребителей. Следовательно, важно рассматривать маркетинг как основу управления и планирования на предприятии. Поскольку маркетинг определяет поведение предприятия (фирмы) на рынке, то он является частью рыночных отношений. Однако одной из главных проблем современного производителя считается управление, из-за чего система научного управления производством становится неотъемлемым элементом маркетинга.

В настоящее время деятельность различных предприятий переориентирована на маркетинг как концепцию рыночного управления. Данная концепция предназначена не только для создания служб маркетинга, но и для изменения всей философии управления. Управление всей деятельностью организации на принципах маркетинга обозначает использование маркетинга как философии управления, когда все подразделения планируют и оценивают свою деятельность с позиций маркетинга [2].

Маркетинг является одной из основополагающих дисциплин для профессиональных деятелей, которым необходимо знать: как опи-

сать и разбить рынок на сегменты; как оценить нужды и предпочтения потребителей; как посредством цены донести до потребителя идею ценности товара или услуги; как правильно рекламировать товар или услугу; как продавать товар, чтобы потребители хотели его приобрести.

### **Список использованных источников**

1. Трубицина В.А. Роль маркетинга в деятельности предприятия / В.А. Трубицина // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2016. – Т. 34. – С. 245–249.

2. Маркетинг: учебник для бакалавров / под. ред. Н.М. Кондратенко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт; ИД Юрайт, 2013. – 542 с.

**Худайназарова Юлия Хамидовна**  
студентка

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

В системе маркетинга ключевым моментом является понимание механизма формирования решения о покупке, которое может иметь свои особенности в зависимости от социально-психологических характеристик покупателя или от характера покупаемого товара. Так, в соответствии с одной из моделей поведения покупателя этот механизм включает в себя: осведомлённость, интерес, желание, действие. Очень важно знать, как и когда покупатель начинает проявлять интерес к товару, под воздействием каких факторов формируется его желание приобретать товар, как направить это желание на приобретение именно данного товара. Предприятие (фирма) не может добиться успеха, если оно игнорирует запросы потребителей. Поэтому указанные вопросы представляют особую актуальность для научных исследований.

Основным вопросом маркетинга для каждой фирмы является вопрос, как реагируют покупатели на различные свойства товара, его цену, рекламу и др. Следует различать три вида объекта внимания фирмы [8, с. 99].

Покупатели – это лица, непосредственно осуществляющие покупку. Потребители – понятие более широкое, подразумевающее субъектов рынка, удовлетворяющих свою потребность. Потребители –

лица или организации, потребляющие, использующие продукт производства, деятельности, включая и свой собственный продукт. Клиенты - лица, пользующиеся товарами и услугами предприятия, постоянные покупатели и заказчики. Овладеть умением понимать и управлять поведением потребителя, «узнать покупателя» не так просто. Потребитель нередко говорит о своих желаниях и потребностях одно, а, оказавшись в магазине, покупает нечто совершенно другое. Потребитель, став покупателем, просто не осознает побудительных мотивов такой покупки, может передумать в последнюю минуту. А значит, маркетологи должны изучать стереотипы поведения целевого потребителя, его нужды, предпочтения, восприятие им товара, его маршруты от магазина к магазину и т. д.

Основной вопрос как именно реагируют потребители на разные побудительные приёмы маркетинга, которые фирма может применить? Фирма, по-настоящему разобравшаяся в том, как реагируют потребители на различные характеристики товара, цены, рекламные аргументы и т.п., будет иметь огромное преимущество перед конкурентами. Именно поэтому и фирмы и научные работники тратят так много усилий на исследование зависимостей между побудительными факторами маркетинга и отменной реакцией потребителей. Отправной точкой всех этих усилий является модель, показанная на рисунке 1.

## Модель покупательского поведения



Рисунок 1 – Модель покупательского поведения

Задача продавца на рынке потребительских товаров рынка – понять, что происходит в «чёрном ящике» сознания потребителя между поступлением раздражителей и проявлением откликов на них. Сам «чёрный ящик» состоит из двух частей. Первая – характеристики покупателя, оказывающие влияние на то, как человек воспринимает раздражители и реагирует на них. Вторая часть – процесс принятия покупательского решения, от которого зависит результат [9, с. 184].

Ситуация покупки характеризуется информационной средой, средой розничного магазина и временными аспектами покупки.

Информационная среда определяется обеспеченностью потребителя информацией, относящейся к продукту.

Принятие решения требует доступности такой информации – внутренней (в памяти потребителя) и особенно внешней – на табличках, стендах, в проспектах для обоснованного и информированного выбора.

Формирование информационной среды предполагает анализ информационной нагрузки на потребителя. Информационная нагрузка определяется числом альтернатив выбора и числом атрибутов для альтернативы. После определённого уровня информационная нагрузка может превышать способность потребителя адекватно обрабатывать информацию, что также влияет на результат решения.

Принимая решение о приобретении товара, современные потребители все больше внимания обращают на качество и ценность продукта. Сегодня маркетологи особое внимание уделяют созданию «пожизненных» потребителей, переносят акцент на построение устойчивых отношений с покупателями. Компании создают и постоянно обновляют и расширяют базы данных покупателей, в которых отражаются их демографические характеристики, стили жизни, восприимчивость к различным маркетинговым раздражителям, истории совершения покупок. Каждый человек знает по себе, что такое чувство голода или жажды, и каждый понимает, что потребность, положим, в воде приводит его иногда в особое состояние, когда ни думать, ни делать что-нибудь как следует невозможно до тех пор, пока жажду не удастся утолить.

Подводя итог нашему теоретическому исследованию, необходимо отметить, что была рассмотрена модель организационного покупательского поведения. Организационный стиль – это образ жизни организации, отражающий и формирующий её потребности и отношения, влияющие на принятие решения о покупке. Различие организационных стилей может быть достаточно существенным. Так, например, общественные, коммерческие и государственные организации имеют разные цели, потребности и организационные стили и по-разному решают свои покупательские проблемы. Организационные

стили периодически меняются - по мере роста, слияний или поглощений; изменения социально значимого статуса (миссии) организации, её целей и стратегий их достижения.

### **Список использованных источников**

1. Алешина И.В. Поведение потребителей: учебное пособие / И.В. Алешина. – М.: Фаир-Пресс, 2009. – 520 с.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2010. – 736 с.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2009. – 456 с.
4. Маркетинг: общий курс: учебное пособие / под ред. Н.Я. Калужновой, А.Я. Яковсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2010. – 476 с.
5. Маркетинг: учебник / под ред. проф. Т.Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2008. – 360 с.
6. Минько Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 415 с.
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учеб. / Б.А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 383 с.
8. Черняховская Т.Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика / Т.Н. Черняховская. – М.: Высшее образование, 2008. – 533 с.

**Шевченко Вера Георгиевна**  
**ассистент кафедры маркетинга**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет**  
**имени Тараса Шевченко»**

### **РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МЫШЛЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТОЛОГА**

В условиях глобализации современный рынок постоянно модернизируется. Вследствие этого конкурентоспособными и успешно развивающимися могут быть только те компании, которые применяют маркетинговые стратегии и инновационные технологии в деятельности. Эффективность работы и успех компании на прямую зависит от профессионализма маркетолога, проводимой маркетинговой политики.

Компании, следующие за тенденциями современного рынка, осуществляют инновационную деятельность.



Инновационная деятельность – это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами [5].

По мнению лауреата Нобелевской премии, академика А.А. Гинзбурга, главный двигатель экономики – инновационно мыслящие люди. Одним из условий, без которого невозможно создание современной промышленности, является наличие инновационного мышления у граждан, проявляющегося не только в готовности к инновационной деятельности, но и в позитивном отношении к инновациям.

В настоящее время инновации являются неотъемлемой частью всех сфер жизнедеятельности общества. Невозможно представить современный мир без как уже осуществившихся инноваций и ставших привычными, так и без будущих, способствующих дальнейшей эволюции. Большинство учёных сходятся во мнении, что инновации превратились в основную движущую силу экономического и социального развития. Инновационная деятельность привела мировое сообщество к новой, более высокой ступени развития. Понятие «инновации» используется практически повсеместно, является темой бесед как на бытовом, так и на профессиональном уровне.

Под инновацией можно понимать конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, нового подхода к социальным проблемам [3].

Неотъемлемой частью инновационной деятельности является инновационное мышление, предполагающие не только создание нового творческого продукта, но и его внедрение и продвижение.

Инновационное мышление представляет собой творческий процесс, в котором генерируются оригинальные идеи путем подключения воображения. Эти идеи затем классифицируются, проходят отбор, организируются и проверяются с применением логического мышления.

Профессор Усольцев А.П. в своей работе дает такое определение: «инновационное мышление – мышление, направленное на обеспечение инновационной деятельности, осуществляемое на когнитивном и инструментальном уровнях, характеризующееся как творческое, научно-теоретическое, социально позитивное, конструктивное, преобразующее, практичное [4, с. 98].

Инновационное мышление имеет четкую практическую направленность. В качестве сферы инновационной деятельности маркетологов преимущественно рассматривается производственная. Это связано с актуальным социальным заказом, отражающим в потребности современного инновационного производства в соответственно подготовленных кадрах.

Все чаще на первый план выходит инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.

Профессия маркетолога по-прежнему является одной из самых востребованных на кадровом рынке. По мнению Богдановского Ф. «маркетолог – специалист, основным результатом деятельности которого является устойчивое функционирование и развитие организации в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и организации» [1].

Профессиональными качествами маркетолога являются коммуникабельность, грамотная устная и письменная речь, инициативность, творческий подход к решению поставленных задач, аналитическое и логическое мышление. Маркетолог должен обладать гибким адаптивным мышлением, уметь абстрагироваться от устаревшей маркетинговой стратегии и быстро переключится на внедрение новой. Необходимые личностные качества, обеспечивающие успешность в профессии: находчивость, оптимизм, ответственность, принципиальность, креативность [2].

Маркетолог – стратегическая фигура в любой организации. И хотя результаты его работы гораздо сложнее оценить, чем, к примеру, результаты работы менеджера по сбыту, именно от него и его профессионализма зависят качественные показатели работы и прибыль всей компании в дальнейшем.

Профессия маркетолога в настоящее время считается одной из самых престижных и перспективных. Эффективная профессиональная деятельность маркетолога предполагает практическую направленность и использование инновационных технологий.

Исходя из вышесказанного маркетологу, для осуществления успешной профессиональной деятельности необходимо обладать, помимо основных профессиональных компетенций, инновационным мышлением.

Таким образом, современной успешно развивающейся компании необходимы квалифицированные маркетологи, которые благодаря своим профессиональным компетенциям, эффективно смогут применять маркетинговый инструментарий, обладающие развитым инновационным мышлением для успешного освоения и внедрения инновационных технологий и осуществления инновационной деятельности.

### Список использованных источников

1. Богдановский Ф. Портрет профессии маркетолога / Ф. Богдановский // Еженедельный журнал. – Тула, сентябрь, 2004. – С. 25–32.
2. Профессионально важные качества профессии маркетолога. Психограмма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soulpsychology.ru/soulps-727-1.html> (Дата обращения: 03.03.2017). – Название с экрана.
3. Кубрушко П.Ф. Формирование инновационного мышления студентов университета / П.Ф. Кубрушко, Л.И. Назарова // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ, 2012. – №4/1. – С. 25–29.
4. Усольцев А.П. Понятие инновационного мышления / А.П. Усольцев, Т.Н. Шамало // Педагогическое образование в России, 2014. – №1. – С. 94–99.
5. Инновационная деятельность. Материал из Википедии – свободной энциклопедии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения: 03.03.2017).

## РАЗДЕЛ 7 ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

**Попов Василий Борисович**

**к. филос. н., доцент**

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»**

### **ЛИМИТАРНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ПОСТКЛАССИЧЕСКОГО ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКОГО КОНТИНУУМА**

События последних лет ознаменовались серьезными тектоническими подвижками в украинском геополитическом сегменте. Вновь, как на рубеже 80–90-х гг., выплывают геополитические проекты прошлого, пришли в движение, казалось бы, нерушимые границы. Лимитарность (граничность) представляется уже историческим объектом (свернутая в пространстве история) на что мы уже обращали внимание [1]. В этой связи актуальность выделения данного феномена в объект самостоятельного исследования вроде бы не вызывает особых сомнений, особенно с учётом того обстоятельства, что изучение границ в рамках социологической теории имеет уже со времен Г. Зиммеля более чем столетнюю историю. Особое значение им уделялась в русле геополитики, достаточно вспомнить только классическую работу К. Хаусхофера [2].

Лимитарность выступает как интегральная категория, воплощающая общий принцип предельности, не сводимый к эмпирическим территориально-административным, политическим, экономическим, социокультурным и этнокультурным рубежам. Достаточно очевидным представляется то обстоятельство, что подобный многоаспектный (многомерный) феномен не может быть заключен в рамках одной отдельно взятой дисциплины, даже такой всеобъемлющей как геополитика. Так даже в вышеназванной фундаментальной работе К. Хаусхофера анализируются, прежде всего, географические и политические аспекты границ, остальные в лучшем случае только обозначены. Разграничение лимитарности как предельного объекта от эмпирических границ выдвигает вопрос о статусе соответствующей ему отрасли познания. В качестве возможных вариантов могут быть предложены: особая наука, междисциплинарное и наддисциплинарное исследование. Первый подход, хотя уже и представлен в историографии под термином «лименология», несмотря на свою заманчивость, видится все же весьма претенциозным, не подкрепленным специфическим методологическим

аппаратом. Понятие же междисциплинарного синтеза, на наш взгляд, размывает специфику данного объекта. Наддисциплинарный синтез представляется наиболее предпочтительным, соответствующий статусу данного феномена.

Здесь имеет смысл использовать методологические подходы М.А. Чешкова, примененные им при разработке общей теории глобалистики [3]. Исследователь выделяет концептуальное ядро и периферию, структурируемую «кустовым методом». Последний представляет собой совокупность взаимосвязанных дисциплин или их структурных подразделений, каждое из которых «упирается» в ту или иную конкретику. Такое многомерное явление как лимитарность требует уже применения постклассических эпистемологических подходов. Они предполагают не сведение в единое учение нескольких взаимосвязанных дисциплин, но выявление полей их взаимоприкосновений и взаимопереходов в сопряженном концептуальном развертывании.

Для раскрытия данного когнитивного феномена, как наддисциплинарный постклассический синтез, на наш взгляд, могут быть задействованы категории: «концептуальная сопряженность», «концептуальная связка», «концептуальная имплементация», образующие эпистемологический континуум лимитарности. Под первой мы понимаем ситуацию синхронного развития нескольких направлений, концептуально взаимодействующих друг с другом и взаимно трансформирующихся в результате подобных воздействий. Здесь происходит нечто подобное сопряженному типу развития в теории общественной эволюции, о котором мы говорили [4].

Этот феномен призвана уточнить другая категория (концептуальная связка), которая предполагает уже сопряженное развитие конкретных методологием, теорий, подходов из разных направлений различных наук. Здесь следует принять во внимание концептуализацию категории «связка», предпринятую М.А. Чешковым, который использует её для раскрытия категории «сораздельные отношения» как антиномичную диаду, покрывающую процессы и структуры противоположные по направленности и качествам [3, с. 87]. Думается, что таковая может пониматься и более широко, не сводясь к антиномичным диадам. Здесь может иметь место и синхронное развитие методологии одного макронаправления, но в разных трактовках, исходящих из смежных, а порой и далеких друг от друга наук (варианформистские подходы в биологии и в теории социальных структур, теория эволюционного многообразия и прочие).

Концептуальная имплементация предполагает внедрение методологии, теории, подхода и т.п. из одного эпистемологического континуума в другой с последующей трансформацией её методологического аппарата и сопряженных с ней когнитивных направлений. Примером здесь может быть же внедрение биологической теории

эволюции А.Н. Северцева в структуру историологическо-философского познания.

### **Список использованных источников**

1. Попов В.Б. Историческая лимитарность в многомерных процессах общественной эволюции / В.Б. Попов // Культура и цивилизация, 2016. – №2 (4). – С. 44–52.

2. Хаусхофер К. Границы в их географическом и политическом значении / К. Хаусхофер – Классика геополитики XX век. – М.: АСТ, 2003. – 312 с.

3. Чешков М.А. Двойная спираль глобализации / М.А. Чешков – М.: Изд-во ИМЭМО РАН, 2007. – 415 с.

4. Попов В.Б. Синхронное и диахронное измерения всемирной истории / В.Б. Попов // Практическая философия, 2004. – №4. – С. 68–74.

**Рудой Александр Анатольевич**  
**ст. преподаватель**

**УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»**

### **ОСНОВНЫЕ ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ**

Уже более четверти века бывшие советские республики живут в новых экономических и политических реалиях. Несмотря на независимость 15 государств, память об общей истории продолжает оказывать существенное влияние на процессы, проходящие на территории некогда единой страны. При этом, в зависимости от точки зрения, история выступает, как объединяющим, так и разделяющим фактором. Рассмотрим основные интеграционные образования на постсоветском пространстве.

Содружество Независимых Государств. СНГ образовано 8 декабря 1991 года руководителями Республики Беларусь, Российской Федерации и Украины [1]. В состав СНГ вошли: Азербайджанская Республика, Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Республика Молдова, Российская Федерация, Республика Таджикистан, Туркменистан, Республика Узбекистан и Украина. 2 января 1993 года в Минске на саммите СНГ был принят Устав Содружества. Его не подписали Украина и Туркменистан, которые, тем самым де-юре, не являются государствами – членами СНГ, а могут быть отнесены только к государствам-учредителям и государствам-участникам Содружества. 26 августа 2005 года Туркменистан заявил о том, что будет участвовать в

Содружестве в качестве «ассоциированного члена». Также Монголия и Афганистан выступают в качестве наблюдателей. В настоящее время роль СНГ в большей мере второстепенна по отношению к другим интеграционным образованиям и, в первую очередь, это своеобразная площадка для диалога стран участников.

Европейский союз. Евросоюз представляет экономическое и политическое объединение 28 европейских государств. Литва, Латвия и Эстония вошли в его состав 1 мая 2004 года. Мировой кризис, проблемы с беженцами, ущемление национальных интересов отдельных стран и прочие привело к росту евроскептицизма в Евросоюзе. В 2016 году Великобритания заявила о выходе из ЕС.

Союзное Государство России и Беларуси. Договор о создании Союзного Государства России и Беларуси подписан 2 апреля 1997 года [2]. СГРБ представляет собой союз Российской Федерации и Республики Беларусь с поэтапно организуемым единым политическим, экономическим, военным, таможенным, валютным, юридическим, гуманитарным, культурным пространством. Во-многом, создание Союзного Государства подтолкнуло создание других интеграционных образований на постсоветском пространстве.

Евразийское экономическое сотрудничество. Договор об учреждении ЕврАзЭС был подписан 10 октября 2000 года и вступил в силу 30 мая 2001 года после его ратификации всеми государствами-членами. Членами Евразийского экономического сообщества с момента его образования являлись пять государств – Беларусь, Казахстан, Киргизия, Россия и Таджикистан. Украина и Молдова и Армения имели статус наблюдателей. В принципе задачи ЕврАзЭС было восстановление разрушенных связей и формирование единого рынка между странами-участниками. 10 октября 2014 года главы России, Беларуси, Казахстана, Киргизии и Таджикистана в Минске подписали документы о ликвидации ЕврАзЭС в связи с началом функционирования ЕАЭС.

Таможенный союз ЕАЭС. ТС – это форма торгово-экономической интеграции, предусматривающая единую таможенную территорию, в пределах которой во взаимной торговле товарами не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. Страны-участники таможенного союза: Казахстан, Россия, Беларусь, Армения, Киргизия.

Евразийский экономический союз. ЕАЭС создан 1 января 2015 года. В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, и проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики [3]. ЕАЭС создан в целях всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик и создания условий для стабильного развития в интересах повышения жизненного

уровня населения государств-членов. Государствами-членами ЕАЭС являются Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация.

Всемирная торговая организация. ВТО – это международная организация, созданная 1 января 1995 года с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов. В настоящее время в ВТО состоит 164 страны, в том числе Киргизия (20.12.1998 г.), Латвия (10.02.1999 г.), Эстония (13.11.1999 г.), Грузия (14.06.2000 г.), Литва (31.05.2001 г.), Молдавия (26.07.2001 г.), Армения (05.02.2003 г.), Украина (16.05.2008 г.), Россия (22.08.2012 г.) и Казахстан (30.11.2015 г.). Беларусь, Азербайджан и Узбекистан являются странами-наблюдателями.

Шанхайская организация сотрудничества. Главными задачами ШОС провозглашены укрепление стабильности и безопасности на широком пространстве, объединяющем государства-участников, борьба с терроризмом, сепаратизмом, экстремизмом, наркотрафиком, развитие экономического сотрудничества, энергетического партнерства, научного и культурного взаимодействия. В ШОС входят Индия, КНР, Пакистан, Казахстан, Киргизия, Россия, Узбекистан и Таджикистан.

Кроме вышеназванных организаций, бывшие советские республики состоят в ряде организаций связанных с безопасностью и военном сотрудничестве. Это Организация Североатлантического договора (НАТО) (Литва, Латвия и Эстония) и Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ) (Армения, Казахстан, Киргизия, Россия, Таджикистан и Беларусь).

На наш взгляд, наиболее перспективной организацией для дальнейшего расширения и углубления в настоящий момент является ЕАЭС. В основе этой организации лежит в первую очередь экономическая целесообразность, опирающаяся на сложившиеся рынок с реально действующими экономическими связями.

### **Список использованных источников**

1. Интернет-портал СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-cis.info/page.php?id=19397>. – (Дата обращения: 01.03.2017).

2. Информативно-аналитический портал Союзного Государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soyuz.by/> (Дата обращения: 01.03.2017).

3. Евразийский экономический союз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eaeunion.org/#about-info> (Дата обращения: 01.03.2017).



## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Авхуцкая Яна Сергеевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Агафонова Елена Владимировна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Аксенов Дмитрий Анатольевич**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Алехина Екатерина Константиновна**, студентка, ГОУ ВПО  
ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Алиева Диана Алескеровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Аноприев Владислав Алексеевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Антипова Марина Владимировна**, магистр, ГОУ ЛНР  
«Луганский национальный аграрный университет»

**Антонова Анна Александровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Антонюк Светлана Витальевна**, ассистент кафедры экономической теории и прикладной статистики Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Апкарян Карен Араратович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Червяк Ю.П.

**Араздурдыев Даянч Ашырдурдыевич**, студент,  
УО «Белорусская государственная орден Октябрьской Революции  
и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Аракелян Давид Арменович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Базакуца Виктория Сергеевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Барская Елена Николаевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Белоусова Яна Николаевна**, магистр, ГОУ ЛНР  
«Луганский национальный аграрный университет»

**Бережная Елена Александровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Степанова Ю.Л.

**Беспалова Виктория Владимировна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Омельченко О.Ю.

**Бецан Дарья Олеговна**, аспирант, ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

**Бибиков Алексей Анатольевич**, старший преподаватель кафедры финансов, учёта и банковского дела Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Бибикова Римма Николаевна**, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой финансов, учёта и банковского дела Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Бондарь Оксана Валериевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Боярская Ольга Владимировна**, к.э.н., доцент, доцент кафедры агробизнеса и управления социально-экономическими системами, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Бурлаченко Юлия Константиновна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Вавулин Леонид Сергеевич**, старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Винокурова Анастасия Евгеньевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Заика И.П.

**Воловик Анастасия Борисовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Шевченко В.Г.

**Вольвак Юлия Сергеевна**, магистрант, ГОУ ВПО «Луганский национальный университет им. В. Даля»  
*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Высокоморная Юлия Андреевна**, студентка, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Гайлюс Екатерина Артуровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Гальченко Кристина Александровна**, аспирант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Герасимов Алексей Вячеславович**, старший преподаватель кафедры философии и социологии Института истории, международных отношений и социально-политических наук, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Гиманова Наталия Николаевна**, ассистент кафедры экономической теории и прикладной статистики Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Гладких Татьяна Михайловна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Глыстюк Виктория Викторовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Голубцова Оксана Анатольевна**, ассистент кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Гончаров Валентин Николаевич**, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Гончаров Евгений Сергеевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Карамушко Н.А.

**Горovenko Юлия Игоревна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Омельченко О.Ю.

**Гребень Дмитрий Евгеньевич**, магистр, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Дарненко Оксана Леонидовна**, ассистент кафедры «Менеджмент организаций», Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «ДонНТУ»

**Денисенко Игорь Анатольевич**, к.э.н., доцент, директор Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Деркачева Виктория Витальевна**, к.э.н., доцент ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Дерюгина Елена Юрьевна**, магистр, преподаватель, ФБГОУ Каменск–Шахтинское профессиональное училище

**Дикун Ирина Александровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Дикун Кристина Александровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Димитрова Наталья Павловна**, преподаватель,  
ОП «Брянковский колледж Луганского национального университета  
имени Тараса Шевченко»

**Долгушин Никита Алексеевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Вавулин Л.С.

**Домышева Дарина Андреевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководители:* к.э.н., доц. Шаповалова С.М., к.э.н.,  
доц. Бибикина Р.Н.

**Дрозд Анастасия Романовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Червяк Ю.П.

**Дудник Светлана Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Карамушко Н.А.

**Дуктов Александр Петрович**, к.с.-х.н. старший преподаватель,  
УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и  
Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Дулевич Лариса Ивановна**, к.э.н., доцент, профессор кафедры  
агробизнеса УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской  
Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная  
академия»

**Жарская Дарья Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научные руководители:* ст. препод. Вавулин Л.С.

**Жданова Алевтина Вячеславовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н. Степанова Ю.Л.

**Жокабине Наталья Федоровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Журавлева Елена Адольфовна**, ассистент кафедры маркетинга,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени  
Тараса Шевченко»

**Задворный Иван Васильевич**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Заика Ирина Петровна**, к.э.н., доцент, доцент кафедры  
экономической теории и прикладной статистики Института экономики  
и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

**Заиченко Оксана Анатольевна**, ассистент кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Заклинская Наталия Ивановна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Звягинцева Юлия Александровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Червяк Ю.П.

**Зелик Сергей Николаевич**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Зуева Татьяна Вадимовна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Иванова Карина Александровна**, студентка, Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДонНТУ»

**Изюмский Алексей Вадимович**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Ильин Валерий Юрьевич**, д.э.н., доцент, заведующий кафедрой менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Ильин Владислав Юрьевич**, аспирант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Калюжная Дарья Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научные руководители:* д.э.н., доцент Ильин В.Ю., ст. препод. Вавулин Л.С.

**Канашонак Дмитрий Олегович**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Каралкина Дарья Юрьевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Скороход Н.Н.

**Карамушко Дарина Сергеевна**, студентка, ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

**Карамушко Наталья Анатольевна**, старший преподаватель кафедры маркетинга, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Керестеши Анастасия Михайловна**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Клименчукова Наталья Сергеевна**, к.э.н., доцент, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Кобзева Екатерина Васильевна**, к.э.н., доцент, доцента кафедры менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

**Колесников Эдуард Олегович**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Степанова Ю.Л.

**Колесникова Вита Викторовна**, к.э.н., доцент, доцент кафедры  
агробизнеса и управления социально-экономическими системами, ГОУ  
ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Комов Александр Борисович**, к.т.н., доцент, доцент кафедры  
«Автомобильный транспорт», Автомобильно-дорожный институт ГОУ  
ВПО «Донецкий национальный технический университет»

**Комов Пётр Борисович**, к.т.н., доцент, доцент кафедры  
«Автомобильный транспорт», Автомобильно-дорожный институт ГОУ  
ВПО «Донецкий национальный технический университет»

**Корниенко Константин Евгеньевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Корниенко Юлия Юрьевна**, к.э.н., доцент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Косачёва Юлия Романовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Вавулин Л.С.

**Косякова Галина Ивановна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Кошечая Татьяна Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Ретивцев И.В.

**Кревсун Маргарита Владимировна**, к.пед.н., профессор,  
Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал ФГБОУ ВО «РГЭУ  
(РИНХ)»)

**Крикун Надежда Александровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Крюкова Юлия Викторовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Кузенная Юлия Александровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Кузнецов Михаил Артурович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Кузубов Алексей Алексеевич**, к.э.н., доцент кафедры  
«Международного бизнеса и финансов» ГОУ ВПО «Владивостокский  
государственный университет экономики и сервиса»

**Лагуткина Юлия Анатольевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Степанова Ю.Л.

**Ладыга Александр Иванович**, к.и.н., доцент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Ладыга Людмила Ивановна**, к.и.н., доцент, директор Института истории, международных отношений и социально-политических наук, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Лещенко Денис Олегович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Гиманова Н.Н.

**Литвинова Валентина Валериевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Мартыничук Марина Валерьевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Матвиенко Виктория Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Вавулин Л.С.

**Матюшко Анна Алексеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Мельников Дмитрий Олегович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Червяк Ю.П.

**Меркулова Ольга Николаевна**, зав. технологическим отделением, ОП «Брянковский колледж Луганского национального университета имени Тараса Шевченко»

**Метрик Александр Аркадьевич**, старший преподаватель, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Мешкова Анастасия Анатольевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Карамушко Н.А.

**Микрюкова Анастасия Евгеньевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Мирошниченко Татьяна Александровна**, к.э.н., доцент, декан экономического факультета ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»

**Мова Елена Владимировна**, аспирант, кафедра менеджмента, ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

**Моць Илья Владимирович**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Навроцкая Анастасия Алексеевна**, магистрант, ГОУ ЛНР  
«Луганский национальный аграрный университет»

**Насиров Юрий Зейфулаевич**, к.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Донской государственной аграрный университет»

**Некипелова Карина Александровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский Национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Нескоровная Эвелина Ивановна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., ст. препод. Хомутовская Я.Н.

**Никулина Надежда Сергеевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Омельченко Ольга Юрьевна**, ассистент кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Оноприенко Елена Владимировна**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Панченко Людмила Алексеевна**, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта, анализа и аудита, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Паршутин Михаил Владимирович**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский Национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Шевченко В.И.

**Пейцец Марина Викторовна**, преподаватель, ОП «Брянковский колледж Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Переходченко Дарья Константиновна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Пилавов Георгий Павлович**, аспирант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Пильченко Анастасия Андреевна**, студентка, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Подлипский Антон Игоревич**, старший преподаватель, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Понизовная Анастасия Евгениевна**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Понкратова Анна Юрьевна**, ассистент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»



**Попов Василий Борисович**, к.филос.н., доцент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Прасолова Мария Ивановна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Пратасеня Алёна Витальевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Пригорчук Евгений Владимирович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский Национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Приколота Валерий Игоревич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Приходько Наталья Вячеславовна**, магистрант, ГОУ ВПО  
ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Заика И.П.

**Радченко Маргарита Петровна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Голубцова О.А.

**Ретивцев Игорь Владимирович**, ассистент кафедры  
менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Решетняк Наталья Владимировна**, к.э.н., доцент, ГОУ ЛНР  
«Луганский национальный аграрный университет»

**Роговая Дарина Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Заиченко О.А.

**Рожко Анастасия Сергеевна**, студентка, УО «Белорусская  
государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового  
Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Рудой Александр Анатольевич**, ст. преподаватель  
УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и  
Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Ружинская Инна Витальевна**, старший преподаватель  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса  
Шевченко»

**Сазонова Елизавета Руслановна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Омельченко О.Ю.

**Сапрыкина Наталья Венидиктовна**, д.э.н., профессор,  
профессор кафедры Теории экономики, менеджмента и права,  
экономический факультет, ФГБОУ ВО Донской государственный  
аграрный университет

**Свинцова Карина Андреевна**, студентка, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Северцова Татьяна Вячеславовна**, старший преподаватель, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Скачко Екатерина Валериевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Кислая Т.Н.

**Скоркин Богдан Игоревич**, аспирант, кафедра менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

**Сороход Наталья Николаевна**, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономической теории и прикладной статистики Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Слепенчук Денис Константинович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ассист. Шевченко В.Г.

**Слепухина Елена Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научные руководители:* д.э.н., доцент Ильин В.Ю., ст. препод. Вавулин Л.С.

**Слинько Сергей Николаевич**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Спицына Алина Руслановна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., ст. препод. Хомутовская Я.Н.

**Спорняк Светлана Александровна**, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической теории и прикладной статистики Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Степанова Юлия Леонидовна**, к.э.н., доцент кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Столбунов Александр Анатольевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Столяров Александр Викторович**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Стрельцова Вероника Викторовна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* к.э.н., доцент Заика И.П.

**Стрюкова Юлия Владимировна**, студентка, Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «ДонНТУ»

**Сударкина Людмила Юрьевна**, ассистент кафедры маркетинга Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Сырец Анастасия Сергеевна**, студентка, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

**Темлякова Татьяна Михайловна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Кисляя Т.Н.

**Ткачук Петр Юрьевич**, к.э.н., доцент кафедры маркетинга Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Толощук Татьяна Витальевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Заиченко О.А.

**Трапезникова Карина Алексеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Заиченко О.А.

**Усачева Юлия Александровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Червяк Ю.П.

**Федон Яна Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ассист. Омельченко О.Ю.

**Федорова Анастасия Юрьевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научные руководитель:* д.э.н., доцент Ильин В.Ю.

**Фролова Кристина Петровна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Хардин Алексей Александрович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»  
*Научный руководитель:* ст. препод. Вавулин Л.С.

**Холодова Марина Александровна**, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой Теории экономики, менеджмента и права, ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»

**Хомутовская Яна Николаевна**, к.э.н., старший преподаватель кафедры финансов, учёта и банковского дела Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Хромовская Ольга Анатольевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научные руководители:* д.э.н., доцент Ильин В.Ю., ст. препод. Вавулин Л.С.

**Худайназарова Юлия Хамидовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Чапля Василий Васильевич**, к.э.н., директор научно-исследовательского института экономики южного федерального округа, академик академии Философии хозяйства, Краснодар, Россия

**Чевердак Екатерина Игоревна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Гиманова Н.Н.

**Чекризова Виктория Викторовна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., ст. препод. Хомутовская Я.Н.

**Чельшева Вера Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Спорняк С.А.

**Червяк Юлия Петровна**, ассистент кафедры учёта, финансов и банковского дела Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Черпахина Анна Николаевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Степанова Ю.Л.

**Черпащенко Елена Сергеевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Черноморова Валерия Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Черноморова Владислава Дмитриевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Чернышев Константин Сергеевич**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Чикова Мария Михайловна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н. Степанова Ю.Л.

**Чубарова Елена Михайловна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* ст. препод. Карамушко Н.А.

**Чумак Анна Александровна**, магистрант, ГОУ ЛНР  
«Луганский национальный аграрный университет»

**Шалдаева Лариса Ивановна**, старший преподаватель кафедры агробизнеса, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Шаповалова Ирина Николаевна**, старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Шаповалова Мария Константиновна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Шаповалова Светлана Михайловна**, к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов, учёта и банковского дела Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Шатский Алексей Владимирович**, студент, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Шевченко Вера Георгиевна**, ассистент кафедры маркетинга Института экономики и бизнеса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Шевченко Виктор Иванович**, к.наук гос.упр., ассистент кафедры маркетинга Института экономики и бизенса, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский Национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Шмелёва Ирина Александровна**, магистрант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Шутова Светлана Викторовна**, магистр, старший преподаватель кафедры агробизнеса, УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

**Щеголькова Нелли Ивановна**, магистрант ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

**Щербакова Вероника Витальевна**, студентка, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Заика И.П.

**Юрченко Елена Анатольевна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

*Научный руководитель:* к.э.н., доц. Скороход Н.Н.

**Яковенко Денис Константинович**, аспирант, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

**Яшутина Юлия Романовна**, магистрант, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

**Научное издание**

**Механизмы обеспечения экономической  
безопасности в условиях развития  
трансграничного сотрудничества**

*Материалы I Международной  
научно-практической конференции молодых учёных*

(г. Луганск, 21–23 марта 2017 г.)

Главный редактор – Ильин В.Ю.

Корректор – Ильин В.Ю.

Вёрстка – Ретивцев И.В.

**Материалы печатаются на языке оригинала**

---

Подписано в печать 28.04.2017. Бумага офсетная.

Гарнитура TimesNewRoman.

Печать ризографическая. Формат 60×84/16.

Усл. печ. 30, 32. Уч.-изд. л 28,10.

Тираж 1000 экз. Изд. №1324. Заказ № 1545.

---

Издательство «НОУЛИДЖ»  
91051, г. Луганск, кв. Якира, 3/316