

НАРОДНЫЙ СОВЕТ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ПРАВИТЕЛЬСТВО
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

**Пути повышения эффективности управленческой деятельности
органов государственной власти
в контексте социально-экономического
развития территорий**

**МАТЕРИАЛЫ III МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

(Донецк, 6-7 июня 2019 года)

**Секция 2: Повышение качества управления социально-
экономическим развитием региона**

Донецк
2019

УДК 351:332.1
ББК Ф033.141+У050.14
П 90

**Пути повышения эффективности управленческой
П90 деятельности органов государственной власти в контексте
социально-экономического развития территорий:** материалы III
международ. науч.-практ. конф. (Донецк, 6-7 июня 2019г.). Секция
2: Повышение качества управления социально-экономическим
развитием региона / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк:
ДонАУиГС, 2019. – 190 с.

УДК 351:332.1
ББК Ф033.141+У050.14

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ:

Пушилин Д.В.	– Глава Донецкой Народной Республики
Антонов В.Н.	– Заместитель Председателя Правительства Донецкой Народной Республики
Переверзева Т.В.	– Заместитель Председателя Правительства Донецкой Народной Республики
Горохов Е.В.	– Министр образования и науки ДНР
Костровец Л.Б.	– ректор ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

ЧЛЕНЫ КОМИТЕТА:

Бидевка В.А.	– Председатель Народного Совета Донецкой Народной Республики
Макеева О.А.	– заместитель Председателя Народного Совета ДНР
Чаусова Я.С.	– Министр финансов Донецкой Народной Республики
Сироватко Ю.Н.	– Министр юстиции Донецкой Народной Республики
Половян А.В.	– Министр экономического развития Донецкой Народной Республики
Долгошапко О.Н.	– Министр здравоохранения Донецкой Народной Республики
Арматов Э.В.	– Министр промышленности и торговли Донецкой Народной Республики
Громаков А.Ю.	– Министр молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики
Яценко В. В.	– Министр связи Донецкой Народной Республики

- Толстыкина Л.В.** – Министр труда и социальной политики Донецкой Народной Республики
- Подлипанов Д.В.** – Министр транспорта Донецкой Народной Республики
- Петренко А.В.** – Председатель Центрального Республиканского Банка Донецкой Народной Республики
- Волкова Н.М.** – Председатель Комитета Народного Совета ДНР по образованию, науке и культуре
- Кулемзин А.В.** – и.о. Главы администрации города Донецка
- Букреев А.М.** – руководитель департамента экономического развития Воронежской области РФ
- Полухин О.Н.** – ректор ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»
- Худин А.Н.** – ректор ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»
- Пономарев А.И.** – заведующий кафедрой «Налогообложение и бухгалтерский учет» Южно-Российского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

ОРГКОМИТЕТ:

- Дорофиев В.В.** – председатель организационного комитета, проректор по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Ободец Р.В.** – заместитель председателя организационного комитета, профессор кафедры менеджмента непроизводственной сферы ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Кушаков М.Н.** – первый заместитель Министра образования и науки Донецкой Народной Республики
- Волков Н.И.** – первый заместитель Главы администрации города Донецка
- Жейнова М.Н.** – Председатель Комитета Народного Совета ДНР по бюджету, финансам и экономической политике
- Гридин А.Н.** – декан факультета производственного менеджмента и маркетинга ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Малик М.А.** – декан факультета стратегического управления и международного бизнеса ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Голос И.И.** – декан факультета юриспруденции и социальных технологий ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Лебедева В.В.** – декан факультета государственной службы и управления ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Саенко В.Б.** – декан финансово-экономического факультета ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Василенко Т.Д.** – начальник научного отдела ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Полчанинова Л.Н.** – заведующая редакционно-издательским отделом ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СМЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

АГАРКОВА Н.В.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

БЕНИАМИНОВА И.М.,

*главный врач КУ «ГСП №5 города Донецка»,
врач высшей категории*

Конституцией Донецкой Народной Республики задекларировано, что наивысшей социальной ценностью в Республике является человек, его жизнь и здоровье. Каждый человек имеет право на охрану здоровья.

В свою очередь, уровень здравоохранения населения ДНР определяется достаточностью материально-технической базы учреждений здравоохранения, профессионализмом и квалификацией врачей. При этом основным фактором, влияющим на качество здравоохранения и социально-экономическую результативность отрасли в целом, выступает финансовое обеспечение отрасли.

Согласно действующей бюджетной модели ДНР, учреждения здравоохранения финансируются частично за счёт средств бюджетов, образованных в результате перераспределения валового внутреннего продукта.

Планирование расходов отражает определённые экономические отношения между государством и учреждениями здравоохранения по определению размера финансовых ресурсов, выделяемых для выполнения возложенных на них функций. Смета бюджетного учреждения охраны здоровья является основным индивидуальным финансово-плановым документом, который предоставляет полномочия относительно получения доходов и осуществления расходов, определяет объём, направление средств для выполнения бюджетным учреждением своих функций и достижения целей, определённых на бюджетный период в соответствии с бюджетными назначениями.

Стоит отметить, что имеющиеся ограниченные финансовые ресурсы Республики не в полной мере соответствуют потребностям здравоохранения и используются с низкой экономической эффективностью. Ситуацию можно объяснить тем, что величина финансовых ресурсов, выделяющихся учреждениями здравоохранения, не зависит от конечных результатов их деятельности, не способствует улучшению качества предоставляемых медицинских услуг (по расчётам специалистов Минздрава ДНР, 80% финансовых ресурсов, выделяемых на нужды учреждений здравоохранения, тратятся на их содержание и лишь 20% – на лечение пациентов). Кроме того,

государственные и коммунальные учреждения здравоохранения имеют статус бюджетных учреждений с ограниченными правами в отношении управления финансами, ориентируются только на систему нормативов, доказанных органами управления здравоохранения, и лишены экономических стимулов для улучшения результативности деятельности и повышения качества медицинской помощи.

Анализ существующей практики финансового обеспечения отрасли здравоохранения позволяет сделать выводы, что бюджетное финансирование является необъективным, поскольку отсутствует эффективная система финансовых нормативов, которые отражали бы реальные нужды потребителей медицинских услуг с учётом региональной специфики функционирования соответствующих учреждений и состояния здравоохранения.

Сегодня при расчёте финансового норматива бюджетной обеспеченности гипотетически существует возможность их корректировки для республиканского и местных бюджетов с помощью коэффициентов, учитывающих различия в стоимости предоставления социальных услуг в зависимости от количества населения и потребителей социальных услуг, а также социально-экономических, демографических, климатических, экологических и других особенностей административно-территориальных единиц. Но никакой конкретики по формализации алгоритма расчёта и условий применения указанных коэффициентов не существует.

Авторы считают целесообразным развитие системы планирования потребности финансирования учреждений здравоохранения не по принципу «Равного финансирования согласно имеющейся возможности бюджета», а «Каждому по заслугам в соответствии с потребностью». Такой принцип должен предусматривать взаимосвязь между достигнутым уровнем качества жизни населения на соответствующей территории с реальными усилиями органов местного самоуправления, направленными на рост общего удовлетворения населения своей жизнью.

Таким образом, например, положительно решая вопрос о расположении на определённой территории химического комбината, органы местного самоуправления своими действиями фактически приводят к росту потребности в качественных медицинских услугах со стороны населения в ближайшей перспективе, что, в свою очередь, приведёт к дополнительной потребности территории в развитии соответствующей медицинской инфраструктуры. Такие действия должны автоматически приводить к свёртыванию объёмов финансирования учреждений здравоохранения за счёт бюджетных средств и соответствующую компенсацию дополнительных расходов за счёт частных инвесторов, заинтересованных в реализации своих инвестиционных намерений.

Аналогичным образом намерения органов местного управления по развитию социальной инфраструктуры определённой территории должны

поддерживаться Республикой, в т.ч. и в виде более полного финансирования потребностей учреждений здравоохранения и населения в качественных медицинских услугах.

Список использованных источников

1. Буковинский С.А. Сметы доходов и расходов бюджетных учреждений и организаций / С.А. Буковинский // Финансы Украины. – 2012. – № 12. – С. 23-28.
2. Крыштопа Б. Органы управления и руководство здравоохранением / Б Крыштопа // Агапит. – 2010. – № 12. – С. 17-26.

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

АГАРКОВА Н.В.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

ВЛАДИМИРОВА Т.Д.,

директор ГПОУ «Донецкий промышленно-экономический колледж»

Корпорация – это совокупность лиц, объединенных в определенную организацию, союз с целью совместной деятельности по реализации своих интересов и задач. Корпоративный имидж – это целенаправленно сформированный образ фирмы (корпорации), призванный осуществлять эмоционально-психологическое воздействие на общественность, клиентов, потребителей с целью своей популяризации и рекламы.

Корпоративный имидж прослеживается во всем – в имени, в эмблеме или символе, в униформе работников, во внешнем виде производимых продуктов, в архитектурном стиле зданий, в публикациях фирмы и во многом другом. Всё это внешний вид фирмы, но есть характеристики фундаментальные – это её основной и оборотный капитал, уровень использования инноваций, коммуникации, отношения с государственными учреждениями и другие, которые не всегда поддаются наблюдению, а требуют определённого исследования состояния фирмы.

Каждая составляющая корпоративного имиджа имеет свою сущность и содержание, формируется и развивается при участии всех работников и системы связей с общественностью.

Фирменный стиль – это совокупность постоянно воспроизводимых отличных от других характеристик общения, поведения, традиций, присущих фирме, которые проявляют своеобразие ее рыночного взаимодействия.

Формирование фирменного (корпоративного) стиля осуществляется на основе следующих принципов: принципа маркетинга, соблюдения норм и правил международного этикета, корпоративной этики, интегрирует в себе профессиональный долг, гордость за миссию фирмы, благородство и достоинство.

Информационный дизайн предусматривает разработку полноценной знаковой системы графических, изобразительных, словесных, звуковых и других символов фирмы. Прежде всего это название фирмы, аббревиатура этого названия, эмблема, музыкальный символ, шрифты, цвета, бланки документов, конверты, визитки и т.д.

Архитектурный дизайн – это внешний вид дома, размещение зданий, их планирование. Здесь важно все: вид фасада, подъезда или входа, оформление и чистота входа и другие характеристики.

Оформительский дизайн включает хорошо продуманное, логически построенное оформление внутренних помещений фирмы, рабочих мест, приемных.

Внешний вид работников включает одежду, обувь, прическу, макияж, ювелирные украшения и т.д. Но все это может иметь различную степень нормативности – от униформы, спецодежды до мельчайших деталей одежды, таких как галстук, знак, бейдж и тому подобное.

Информационный, архитектурный, оформительский дизайн и обычный вид работников могут стать предметом целостной разработки программы фирменного стиля, требует привлечения высококвалифицированных специалистов-дизайнеров.

Стиль управления отражает не только культуру руководства и подчиненных, но и определенную степень зрелости коллектива, в чем решающую роль играет личность руководителя, которая накладывает неповторимый отпечаток на стиль и культуру управления, режим работы, ее ритм, распределение задач и контроль за их выполнением.

Стиль деловых отношений – важный элемент корпоративного имиджа, по которому посетители, партнеры, клиенты и другие делают выводы о фирменном стиле организации. Он должен включать такие характеристики, как обязательность, личная заинтересованность, ответственность, точность, оперативность и тому подобное. Они свидетельствуют о надежности фирмы и вызывают доверие к ней, ее руководству и специалистам.

Стиль поведения определяет характер общения, а также поступки отдельных работников фирмы. Для фирменного стиля важны не только манеры работников, но и способы решения ими конфликтов, недоразумений между собой и клиентами, чувство юмора, культура речи, способность понятно выражать свои мысли и намерения, а также неформальное поведение в нерабочее время, в деловых кругах, компаниях и тому подобное.

Личная культура – это полное и одновременно неуловимое выражение фирменного стиля и корпоративного имиджа. Личная культура

руководителя, специалистов, работников фирмы определяется их интеллектуальным уровнем, прежде всего уровнем и характером образования, квалификации, личным темпераментом и характером, элементами самовоспитания, самоорганизованности и самодисциплины.

Отношения с государственными учреждениями во многом определяют имидж фирмы от этапа ее становления к планированию и производства продукции, организации движения товаров до их конечной реализации как внутри страны, так и за ее пределами. Взаимодействие и сотрудничество фирмы с государственными учреждениями, их характер и уровень определяют место и роль фирмы не только на рынке, но и в обществе и государстве, в международных отношениях, то есть определяют важные аспекты ее имиджа.

Отношения фирмы со средствами массовой информации формируются на основе эффективного взаимодействия с ними, доверия, открытости и взаимоуважения, то есть на основе синергетической методологии. Нарушение или игнорирование любого из названных принципов грозит необъективностью освещения в СМИ определенных качеств и возможностей фирмы, негативно сказывается на ее имидже.

Для формирования, поддержания и совершенствования корпоративного имиджа нецелесообразно и невозможно игнорировать ни одной составляющей. Следует помнить и руководствоваться тем, что корпоративный имидж – это, с одной стороны, предпосылка эффективных связей с общественностью, а с другой – гарантия эффективного функционирования фирмы.

Список использованных источников

1. Агаркова Н.В. Основные научные подходы к определению терминологии в области корпоративной культуры / Сучасний маркетинг: стан и перспективи розвитку: зб. наук. праць / Донецький державний університет управління. Серія Економіка. – Донецьк: ДонДУУ. – 2013. – С. 116-122.

2. Моисеева Н.К. Брендинг в управлении маркетинговой активностью / Н.К. Моисеева, М.Ю. Рюмин, М.В. Слушаенко и др.; под ред. проф. Н.К. Моисеевой. – М.: Омега-Л, 2003. – 410 с.

СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСОБЫЙ ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АГИШЕВА Е.В.,

*преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Целью данного исследования является изучение спортивного менеджмента как особого вида профессиональной деятельности, а также перспектив профессиональной подготовки спортивных менеджеров в Донецкой Народной Республике. Развитие физической культуры и спорта в Республике получило новый импульс. Управление на государственном уровне – совокупность государственных, общественных и коммерческих организаций физкультурно-спортивной направленности: спортивных школ, спортивных клубов, спортивных команд, стадионов, спортивно-оздоровительных центров, спортивных федераций. Продуктом деятельности таких организаций является производство физкультурно-спортивных услуг, организованных форм занятий физическими упражнениями и спортом, программ спортивных тренировок, спортивные зрелища.

Формируются нормативно-правовые основы отрасли. Вместе с тем, изменения в обществе, экономике поставили ряд проблем, связанных с сохранением и восстановлением спортивных баз, финансированием, кадрами. В таких условиях необходимость подготовки квалифицированных управленческих кадров в отрасли физической культуры и спорта – спортивных менеджеров – становится актуальным. Поэтому к руководителю спортивной организации должны предъявляться самые высокие требования: образованность, гибкость мышления, способность овладевать новыми знаниями и умение пользоваться ими на практике. Спортивный менеджмент представляет собой самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленной на достижение целей и реализацию поставленных задач в рамках организаций физкультурно-спортивной направленности путём рационального использования материальных, трудовых и информационных ресурсов [1].

Общая цель состоит в обеспечении эффективного функционирования физкультурно-спортивных организаций в Республике. Задача спортивного менеджмента – познание закономерностей функционирования и социального развития физической культуры и спорта в обществе и разработка механизма целенаправленного эффективного управления этими процессами [2]. Эффективное применение науки управления требует от спортивного менеджера искусства, постоянного творческого поиска, пристального внимания к социальной динамике функционирования и развития физической культуры и спорта, к изменениям внутренних и внешних условий

деятельности спортивной организации. Решение этой важной социальной задачи требует рационально организованного социального управления физкультурно-спортивным движением, и связано с наличием проблемы спортивного менеджмента, которая заключается в адаптации отраслевого механизма управления к современным рыночным условиям [5]. Таким образом, как результат, на сегодняшний день одной из основных задач является совершенствование высшего профессионального образования в сфере спортивного менеджмента. Обобщение опыта подготовки спортивных менеджеров в ВУЗах и рыночный спрос на специалистов такого профиля показывает, что всё большему количеству организаций спортивной отрасли нужны менеджеры с определённым набором умений и навыков. Целесообразно введение образовательной программы, ориентированной на практическую подготовку менеджеров для спортивных клубов, лиг, федераций, спортивных агентств, руководителей спортсооружений, работающих в спортивной области рекламистов, маркетологов и специалистов по продажам, а также профессионалов, представляющих смежные отрасли бизнеса. Программа подготовки спортивных менеджеров должна включать общепрофессиональные, экономические и управленческие дисциплины. В блок управленческих дисциплин необходимо включить:

- менеджмент и маркетинг физической культуры и спорта;
- экономику физической культуры и спорта;
- коммерческую деятельность в спорте;
- спонсорство и благотворительность физкультуры и спорта;
- нормативно-правовые основы отрасли;
- спортивную конфликтологию и др.

Таким образом, обеспечивается единство экономического, управленческого и «физкультурно-спортивного» аспектов подготовки профессиональных спортивных менеджеров [4].

Список использованных источников

1. Мартыненко М.М. Основы менеджмента: учебник / М.М. Мартыненко – К.: Каравелла, 2005. – 496 с.
2. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации: учебное пособие / И.И. Переверзин – 2-е изд. – М.: СпортАкадем Пресс, 2002. – 244 с.
3. Голубева Г.Н. Специализация «Менеджмент в физической культуре и спорте» / Г.Н. Голубева, А.И. Голубев, О.В. Демидова // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 12. – С. 42-44.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, Ф. Хедоури, М.Альберт – 3-е изд. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – С. 5-8.
5. Семенов. А.К. Основы менеджмента / А.К. Семенов, В.И. Набоков. – М.: Дашков и К^о, 2009. – С. 20-23.
6. Веснин В.Р. Менеджмент / В.Р. Веснин // М.: Изд-во «Проспект», 2007. – 158 с.

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ ДОНБАССА)

БАЛКО М.В.,

*д-р филологических наук, доцент, профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Сегодня, в эпоху глобализации, бизнес-коммуникация актуальна как никогда, поскольку выступает ключевым звеном, объединяющим мировое деловое сообщество, формирование которого невозможно без грамотно налаженного диалога между субъектами бизнеса. Интенсификация международных экономических контактов требует активного развития всех форм бизнес-коммуникации, особенно тех, которые реализуются при помощи средств массовой информации (далее – СМИ).

Тесная взаимосвязь экономики и масс-медиа – признанный на сегодняшний день факт: с одной стороны, развитие экономики влияет на характер подачи информации в бизнес-медиа, а с другой – деловые СМИ детерминируют уровень и направления развития экономических отношений (см. исследование Г. Инниса [4]).

Современные деловые медиа представляют собой сложный социальный, экономический и коммуникационный феномен, ориентированный на достижение нескольких основных целей:

- информирование широкого круга адресатов о развитии основных отраслей экономики в определённом государстве и мире;
- освещение научных мероприятий экономической направленности;
- формирование определённого отношения потребителей к различным товарам/услугам и их продвижение в массы;
- формирование экономического общественного сознания.

СМИ можно считать посредником между экономическими институтами и общественностью, которые не только предоставляют объективную информацию, но и дают субъективную оценку их функционирования и развития. Вторая из названных (аксиологическая) функция бизнес-СМИ зачастую даже превалирует: они проявляют интерес не столько к происходящим в экономическом мире событиям, сколько транслируют мнение определённых лиц или организаций относительно этих событий. Е.Ю. Васильева, опираясь на подход Е.А. Кожемякина, характеризует бизнес-медиа, прежде всего, как осуществляющие посредническую деятельность, подчёркивая, что они конвертируют информацию в смыслы так, как нужно в тот или иной момент. СМИ, таким образом, создают особую медийную экономическую действительность [1, с. 125].

Деловые медиа характеризуются персуазивной направленностью (ориентированностью на активное и осознанное речевое воздействие): они способны программировать способы мыслительной деятельности общества в экономической сфере, формировать общественное мнение и мировоззрение. При этом персуазивность текстов, транслируемых через СМИ, приобретает значительные масштабы. Масс-медиа обладают способностью интенсивно порождать смысловые потоки и жёстко ими управлять. Включённые в продуцирование массовой информации (контента), управление массовым сознанием и массовой аудиторией, СМИ влияют (порой достаточно грубо) «на характер общественного сознания, на характер его доминантных интенций и особенности его содержательных форм» [3, с. 47].

Изменения в определённом государстве или мире, безусловно, влияют на функционирование и развитие различных СМИ, в том числе экономических. Так, если снижается уровень производства товаров и услуг, это отражается на рекламных кампаниях, которые являются неотъемлемой частью любых масс-медиа. В свою очередь, такая ситуация влечёт за собой изменения в стратегии медийного ресурса (газеты, журнала, канала или интернет-издания), направлений его деятельности. Более того, в кризисные или растущие периоды, как правило, трансформируется и тематика издания.

Современный Донбасс, переживая непростой период, на сегодняшний день не может похвастаться разнообразием бизнес-медиа, что связано с неустойчивостью социально-политической и экономической ситуации. Вместе с тем, нельзя считать, что этот сегмент медиарынка полностью отсутствует в регионе. Анализ контента телевизионных каналов Донбасса свидетельствует о положительных тенденциях в этой сфере общественной жизни, а именно:

- появляются специализированные программы экономической направленности («Наша марка» на 1-м республиканском канале, «Сделано в Новороссии» на канале «Новороссия» и др.);
- новостные блоки в обязательном порядке содержат деловые рубрики;
- увеличивается процент коммерческой рекламы на всех региональных каналах.

Названные программы и проекты, несмотря на их фрагментарность, выполняют все рассмотренные выше функции бизнес-медиа (информационную, аксиологическую и персуазивную).

Таким образом, хоть на медиарынке Донбасса пока не представлены специализированные деловые СМИ, названные элементы телевизионного контента можно считать первым шагом в направлении создания в ДНР полноценной системы бизнес-медиа.

Список использованных источников

1. Васильева Е.Ю. Медиадискурс и его коммуникативная область / Е.Ю. Васильева // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика. – 2017. – № 12. – С. 122-127.
2. Вырковский А.В. Деловые СМИ в России и за рубежом в период кризиса: экономический, организационный, творческий аспекты / А.В. Вырковский // Медиаскоп. – 2010. – № 4. – С. 6.
3. Полонский А.В. Медиа-дискурс-концепт: опыт проблемного осмысления / А.В. Полонский // Современный дискурс-анализ. – 2012. – № 1 (6). – С. 42-56.
4. Innis Harold A. The Newspaper in Economic Development / Harold A. Innis // The Tasks of Economic History. – 1942. – Vol. 2. – Issue S1. – P. 1-33.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ – НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

БАРЫШНИКОВ К.С.,

соискатель

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

Интернет оказал и продолжает оказывать сильное влияние на формирование и развитие мирового информационного сообщества. Как социальное явление Интернет – глобальное средство коммуникаций, обеспечивающее обмен текстовой, графической, аудио и видеoinформацией и доступ к онлайн-услугам без территориальных и национальных границ. Это эффективный инструмент исследований, развития торговли и бизнеса, воздействия на аудиторию. Технологические возможности Интернета обуславливают быстрое развитие мирового информационного сообщества.

Интернет – это только один из маркетинговых инструментов, т.е. ещё один маркетинговый канал в общем комплексе маркетинга предприятия. По численности аудитории Интернет уже сравним со многими традиционными СМИ, поэтому, формируя маркетинговую стратегию, уже имеет смысл оценить: являются ли пользователи Интернет частью предполагаемой целевой аудитории? Результаты последних исследований показали, что использование Интернет-технологий в маркетинге может принести реальную экономию и прибыль. Это связано с большими выгодами и удобствами, которые получают как потребители, так и фирмы.

Интернет-маркетинг – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основная

цель – получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.

Основными элементами комплекса интернет-маркетинга являются:

1. Товар (Product) – продукция, реализуемая в Интернете, должна иметь достойное качество, так как конкурирует не только с другими сайтами, но и традиционными магазинами.

2. Цена (Price) – принято считать, что цена в Интернете ниже, чем в обычном магазине за счёт экономии на издержках. Контроль цен и сравнение их с конкурентами.

3. Место продаж (Place) – точка продаж, то есть сайт. Огромную роль играет как графический дизайн, так и юзабилити сайта, и качество обработки заявок с сайта. Также стоит обратить внимание на скорость загрузки, работу с платёжными системами, условия доставки, работу с клиентами до, во время и после продажи.

4. Продвижение (Promotion) – комплекс мер по продвижению как сайта, так и товара в целом в сети. Включает в себя огромный арсенал инструментов (поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная реклама, e-mail маркетинг, аффилиативный маркетинг, вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, интерактивная реклама, работа с блогами и т.д.).

Интернет-маркетинг появился в начале 1990-х годов, когда текстовые сайты начали размещать информацию о товарах. Сейчас интернет-маркетинг – это нечто большее, чем продажа информационных продуктов, сейчас идёт торговля информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и многими другими товарами и услугами. Такие компании, как Google, Yahoo и MSN подняли на новый уровень и сегментировали рынок интернет-рекламы, предлагая малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе. Рентабельность инвестиций возросла, а расходы удалось снизить. Этот тип маркетинга стал основой современного капитализма, которая позволяет любому, у кого есть идея, товар или услуга достичь максимально широкой аудитории.

Интернет-маркетинг является составляющей электронной коммерции. Его также называют online-маркетингом. Он может включать такие части, как интернет-интеграция, информационный менеджмент, PR. Сегмент интернет-маркетинга и рекламы растёт как в потребительском секторе, так и на рынке B2B. Основными преимуществами интернет-маркетинга считаются интерактивность, возможность максимально точного таргетинга, возможность постклик-анализа, который ведёт к максимальному повышению таких показателей, как конверсия сайта и ROI интернет-рекламы.

Интернет-маркетинг ассоциируется с несколькими бизнес-моделями. Основные модели: бизнес-бизнес (B2B) и бизнес-потребитель (B2C). B2B состоит из компаний, которые делают бизнес между собой, в то время как B2C подразумевает прямые продажи конечному потребителю. Первой появилась модель B2C. B2B схема оказалась более сложной и начала

действовать позже. Третья, более редкая модель, это – «пользователь-пользователь» (P2P), где обычные пользователи интернета меняются между собой и продают товары друг другу. Как пример можно привести международный аукцион eBay или систему обмена файлами Kazaa.

Использование Интернета привносит новые особенности и преимущества по сравнению с маркетингом, основанном на традиционных технологиях: переход ключевой роли от производителей к потребителям, глобализация деятельности и снижение транзакционных издержек.

Интернет значительно изменяет пространственный и временной масштабы ведения коммерции. Он является глобальным средством коммуникации, не имеющим каких-либо территориальных ограничений. При этом стоимость доступа к информации не зависит от удалённости от неё, в противоположность традиционным средствам, где эта зависимость прямо пропорциональна.

Список использованных источников

1. Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учебник / В.Н. Наумов. – М.: ИНФРА, 2017. – 404 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dx.doi.org/10.12737/21026.

2. Data Management Platform – важнейший инструмент современного digital-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/152/57721/>

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ

БАРЫШНИКОВ С.А.,

*канд. истор. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Логистика – это уникальная область деятельности, возникшая с зарождением человеческой цивилизации. Самых совершенных достижений логистика достигла в военной среде, и только потом, гораздо позже, в экономической. Эволюция логистики характеризуется определёнными этапами, каждый из которых имеет характерные черты. Этапы отличаются степенью интеграции всех составляющих логистической цепи и видами управляемых потоков.

Период 1920-1950 гг. можно назвать этапом фрагментации, для которого характерны функции материально-технического снабжения, организация грузоперевозок и складирования на стадии закупки материалов. Идея логистики как интегрального инструмента снижения общих затрат в

бизнесе ещё не была востребована. Разумеется, что доминировали материальные потоки с соответствующей концепцией управления. В это время США имели быстро растущий рынок, внедрялись новые производственные технологии, особенно в автомобилестроении с высоким уровнем специализации, изобилием природных ресурсов, хорошим инвестиционным климатом, минимальным государственным регулированием экономики. Производители товаров и услуг едва справлялись с потребностями расширяющегося рынка. Естественно, что в этих условиях основное внимание менеджмента было направлено на то, как насытить рынок товарами, пренебрегая при этом логистическими приёмами (развитием дистрибуции, управлением закупками, запасами и т.д.). Тем не менее, именно в этот период появляются первые логистические организации и сообщества. Старейшей организацией в США и в мире является Национальная ассоциация проблем управления закупками, основанная в 1915 г. и преобразованная в 1967 г. в Национальную ассоциацию агентов снабжения.

Второй этап становления можно очертить с 1950-х годов по 1970-е. К известному материально-техническому снабжению и грузоперевозкам добавился маркетинг, управление распределением (планирование сбыта, управление сбытовыми запасами, обработка заказов). По-прежнему, для управления материальными потоками использовался инструментарий материального менеджмента, к которому добавилось физическое распределение. В этот период были сформулированы отдельные предпосылки будущего внедрения логистической концепции. К предпосылкам можно отнести следующие: возрастание запасов и транспортных издержек в системах дистрибуции товаров, рост транспортных тарифов, появление концепции маркетинга. К этому времени стало ясно, что издержки отдельных логистических операций тесно связаны между собой: экономия на транспортных расходах может привести к значительному росту затрат, вызванных ростом складских запасов, экономия на упаковке – к дополнительным издержкам, вызванным повреждением грузов при доставке. Поэтому возникла необходимость интегрировать в потоке различные функции товародвижения, устанавливая при этом оптимальное соотношение затрат отдельных звеньев логистической цепи. Философия принципа общих затрат сводится к возможности так перегруппировать их, что общий уровень затрат в процессе продвижения товаров от производителя к конечному потребителю уменьшится. Таким образом, возникли следующие предпосылки дальнейшего развития логистики: развитие олигополистических рынков, прогресс в компьютерных технологиях, изменения в стратегиях формирования запасов, возникновение и развитие логистических организаций и научных школ.

Третий этап – 1970-1990 гг. можно охарактеризовать этапом развития. В это время осуществляются функции материально-технического снабжения, управление распределением и транспортировкой, управление

производственными процессами и качеством. Востребован маркетинг, грузоперевозки и складирование. К управлению материальными потоками добавляется информационная логистика.

Наконец, четвёртый этап можно условно представить периодом с 1990-х годов по настоящее время [1]. Для него характерно сквозное управление материальными, информационными и финансовыми потоками, комплексный логистический сервис. К середине 90-х годов теория и практика логистики шагнули далеко вперёд, но самое важное то, что логистика приобрела статус «образа мышления», концептуальной стратегии, основанной на глубокой интеграции всех областей хозяйственной деятельности в единую ресурсопроводящую систему. Логистикой сегодня во главу угла ставится не продукт, а процесс в форме потока. В этом заключается принципиальная новизна логистического подхода, а логистическая концепция позволила перейти от дискретного к сквозному управлению по всей логистической цепи. Таким образом, появилась новая идеология управления логистическими процессами и бизнеса в целом – управление цепями поставок (УЦП). Реализация УЦП и внедрение соответствующих систем целесообразны там, где затраты на работу с поставщиками, дистрибьюторами и логистика составляют заметную долю себестоимости продукции. К таким компаниям относятся многопрофильные металлургические холдинги и предприятия химической промышленности, производители товаров народного потребления, крупные дистрибьюторы и операторы розничной торговли. При этом первым делом следует переосмыслить их ключевые бизнес-процессы в контексте методологии управления цепочками поставок.

Список использованных источников

1. Шиков В.О. Что такое логистика и откуда она взялась? / В.О. Шиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/380499/logistika-istoriya-vozniknoveniya-funktsii>.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА – НОВОЕ ЯВЛЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

БАРЫШНИКОВА Е.И.,

аспирант кафедры маркетинга и логистики

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

За последние десятилетия управление бизнесом достигло внушительных результатов. Во многом это объясняется становлением логистики как науки об управлении экономическими потоками. С помощью её методов удаётся синхронизировать весь бизнес: от сырья до утилизации

продуктов, завершивших свой жизненный цикл. Это способствует значительной экономии капитала. Однако такое стало возможным путём создания инфраструктуры в глобальном масштабе и возможностью передавать и перерабатывать огромное количество информации через всемирную паутину. Фактически бизнес к настоящему времени исчерпал резервы в материальных потоках. Узким местом становится нехватка хорошо обученных кадров, а также производство новых знаний, без чего образовательная система не может быть эффективной.

В ответ на эту потребность возникла образовательная логистика. Она управляет такими потоками, как: знание, психология, обучение, здоровье, информация [1].

Основным *источником знаний* является наука. Она вырабатывает новые теоретические представления и реализует их в виде технологий. В известном смысле, скорость обучения и самообучения можно принять за аналог скорости производства знаний. Хотя между этими двумя понятиями есть расхождения, но некоторое представление о порядке величины производства знаний они дают. Темп старения знаний также мало изученный показатель. Хотя отмечается ускорение такого темпа в последние десятилетия. Это приводит к необходимости постоянного переучивания специалистов. Гиперболический рост населения Земли поддерживается таким же ростом знаний. К сожалению, эпоха количественного роста населения завершается уже в этом столетии. Максимально численность населения Земли может достигнуть величины не более 14 млрд человек [2]. После этого может произойти резкое сокращение населения вследствие истощения ресурсов. Сокращение численности приведёт и к падению темпов производства знаний, талантливых людей станет меньше. По принципам логистики новые знания необходимо давать специалисту как можно ближе перед их применением на практике. Исторически сложившаяся практика длительного школьного обучения с передачей большого объёма знаний «на всякий случай» уже не отвечает реальности. Нуждается в совершенствовании и распределение потока знаний по годам обучения. Знания – быстро портящийся продукт. Нужно непрерывно сканировать массив знаний и выводить из учебников устаревшие. Интересно отметить, что человеческий язык более устойчив. По экспертным оценкам период полураспада понятий языка составляет 500 лет.

Педагогическая психология традиционно участвует в обучении и развитии человека. В последнее время усилилась тенденция по психологизации образовательных учреждений. В это понятие вкладывается новое содержание. На психологов возлагается основная задача по развитию и воспитанию обучающихся, а на педагогов – обучение. Психология накопила огромный потенциал, который остаётся невостребованным при обучении и фактически устаревает раньше, чем получает практическое применение.

Поток обучения состоит из двух пространств: высшего и школьного. Основная проблема в этом потоке – создание единого образовательного пространства, образовательного кластера. Для высшего образования она решается в рамках реализации образовательных программ. Единое школьное пространство возникает через реализацию национальных проектов. Одна из предпосылок управления школьным потоком – введение Единого государственного экзамена (ЕГЭ) в школах [3]. ЕГЭ позволяет стандартизировать оценки уровня знаний у школьников, а также синхронизировать оценки в масштабе страны, ранжировать учебные заведения по качеству обучения в них. Большое значение имеет использование систем виртуального обучения. Нуждается в совершенствовании и система трансляции знаний (технологии обучения), а также обеспечение учебных заведений квалифицированными педагогами. Создание единого образовательного пространства позволит предотвратить соперничество между учебными заведениями при распределении потока учащихся между ними. Тут можно использовать опыт бизнеса по нахождению компромисса и предотвращения излишней конкуренции.

Поток здоровья. Психология здоровья одно из наиболее быстро развивающихся направлений в области как психологии, так и медицины. Согласно материалам ВОЗ, здоровье – это состояние полного физического, душевного и социального благополучия. Только здоровый человек способен к адаптации, социализации и индивидуализации. Психология здоровья рассматривает широкий круг вопросов: способы реагирования на стрессы, связанные с болезнями; способности контролировать и ослаблять стресс; стили жизни, которые могут предотвратить болезнь или содействовать здоровью; психология питания; физическая активность; жизнь с хроническими заболеваниями; предотвращение алкоголизации, никотинной зависимости и употребления наркотиков; устойчивость к эмоциональному выгоранию; игромания и Интернет-зависимость. В педагогической системе здоровье и формирование навыков к его сохранению и развитию имеет особое значение.

Поток информации. Этот поток работает по принципам информационной логистики. Он соединяет всё образовательное пространство в единую систему. Поток информации позволяет, например, реализовать идею психологического слежения от дородового периода ещё не родившегося человека до окончания им учебного заведения. Кроме того, пора перейти от группового управления к личностно-ориентированному. С помощью информации внедряются такие проекты, как SMS-Школа, netГород, netРегион и прочие [4]. Посредством информационных потоков синхронизируется образовательное пространство с потоком рабочих мест. Тогда педагогическая цепь замыкается и имеет дополнительные звенья: семья – обучение и развитие – семейное воспитание – обучение – работа – семья.

В своём развитии логистика прошла три этапа (дологистический, классический, неологистический) и вступила, по-видимому, в четвёртый (региональный). Педагогическая логистика, возможно, явится началом становления региональной логистики. Постепенно региональные центры педагогической логистики будут брать на себя и другие функции в регионе (здравоохранение, культура, социальные проблемы и др.). Такие центры превратятся в Универсальные региональные центры логистики. Путём аутсорсинга (выполнение на договорных основах различных работ организаций в регионе, а также и функций муниципалитета) управление регионом поднимется на новый, более высокий уровень. По мере накопления опыта, логистика из чисто универсального фактора управления процессами, подобно кибернетике, станет играть роль политического фактора. Однако это дело отдалённого будущего.

Список использованных источников

1. Носов А.Л. Логистика как дисциплина изучения и как методология образовательного процесса / А.Л. Носов // Концепт: научно-методический электронный журнал официального сайта эвристических олимпиад. – Март 2012, ART 1217. – Киров, 2012.
2. Securing the Food Supply. World Water Assessment Programm. UNESCO. World energy outlook 2010 factsheet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.iea.org.
3. История создания ЕГЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://4ege.ru/materials_podgotovka/5068-istoriya-sozdaniya-ege.html
4. Трофимова О.А. Логистический подход к управлению потоками в образовательных учреждениях / О.А. Трофимова, Л.А. Захарова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskiy-podhod-k-upravleniyu-potokami-v-obrazovatelnyh-uchrezhdeniyah>

«ЗЕЛЁНАЯ» ЭКОНОМИКА КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА УСТОЙЧИВОГО РОСТА

БАРЫШНИКОВА Л.П.,

*д-р экон. наук, доцент, проректор по учебной работе
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Использование ограниченных природных ресурсов планеты, зависимость экономики от традиционных ископаемых источников энергии, изменение климата и энергетическая уязвимость многих стран являются

фундаментальными факторами выживания экономической и социальной систем в XXI столетии.

К 2050 году население планеты составит примерно 9 млрд человек и будет жить в новых независимых государствах. Население городов удвоится, возрастёт удельный вес среднего класса. Люди в возрасте 65 лет и старше будут представлять около 20% населения Земли вследствие его старения. Чтобы обеспечить возрастающее население планеты продуктами питания и энергией, необходимо повышение производительности в сельском хозяйстве в среднем на 2% на год. Сегодня же сельскохозяйственный сектор по традиционным технологиям возделывания земли потребляет свыше 70% мировых ресурсов питьевой воды и выбрасывает парниковых газов примерно 13% мирового объёма [1]. Можно ожидать, что в 2050 году население будет генерировать более 13 млрд тонн отходов в связи с изменением образа жизни и доходов.

Расчёты, осуществленные в рамках проекта «Видение – 2050» Всемирного бизнес-совета по устойчивому развитию, в котором принимали участие 29 крупнейших компаний, представители правительственных структур и эксперты, доказывают, что традиционный путь развития мировой экономики будет требовать потребления природных ресурсов для обеспечения возрастающего населения Земли в 2050 году в объёме, эквивалентному 2,3 сегодняшнего объёма ресурсов планеты [2]. В связи с проблемой планетарного масштаба особое внимание уделяется исследованиям по следующим направлениям:

- внедрение новых ресурсно-эффективных и чистых технологий;
- поиск решений проблемы изменения климата;
- увеличение эффективности сельского хозяйства и лесничества;
- обновление городской инфраструктуры;
- изменение ценностей и поведения в пользу устойчивого развития.

Проявления трёх почти одновременных кризисов в недалёком прошлом поставили под вопрос достаточность модели количественного экономического роста и критерия краткосрочной максимизации прибыли в деятельности бизнеса и подвели к необходимости поиска более эффективных схем производства и потребления, которые бы отвечали долгосрочным нуждам человечества.

Эти поиски привели к обоснованию целесообразности Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) в 2008 году Глобального «зелёного» нового курса (ГЗНК), направленного на оздоровление финансовой системы, преодоление экономической рецессии, программ эколого-ориентированной «зеленой» экономики, увеличение количества рабочих мест.

Развивая положения Глобального «зеленого» нового курса, в докладе ЮНЕП «Навстречу «зелёной экономике»: путь к постоянному развитию и

искоренению бедности» содержится аргументация в пользу инвестирования 2% мирового ВВП в «озеленение» десяти важнейших секторов экономики: сельское хозяйство, жилищно-коммунальное хозяйство, энергетика, рыболовство, лесничество, промышленность, туризм, транспорт, утилизация и переработка отходов, управление водными ресурсами.

В «зелёной» экономике рост доходов и занятости обеспечивается государственными и частными инвестициями в те мероприятия и проекты, которые направлены на уменьшение выбросов углерода и загрязнений, повышают эффективность использования энергии и ограниченных ресурсов, стимулируют развитие рынков для «зелёных» технологий и инноваций с целью совершенствования регуляторной политики и потоков финансовой помощи в процессе перехода к «зелёным» государственным закупкам.

По оценкам ЮНЕП потребность в ежегодном финансировании на «озеленение» мировой экономики составляет от 1,0 до 2,5 трлн долл. США, что представляет менее 1/10 всех годовых мировых инвестиций.

Принятие странами обязательств относительно инвестирования 2% от ВВП в развитие «зелёных» технологий, ресурсную эффективность, возобновляемые источники энергии, сохранение экосистем обеспечит изменение фундаментальных основ модели экономического развития: от *количественного* роста любой ценой к *качественному* росту, подчинённому долгосрочным целям сохранения ресурсов планеты.

Такое изменение модели развития, поддержанное Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) на Конференции Министров этих стран в 2009 году, окончательно утвердило понимание того, что экономическое восстановление и эколого-ориентированный устойчивый рост являются ключевой проблемой сегодняшнего дня.

Поддержав курс международных организаций на поиск новых источников развития, правительства многих развитых стран включили целые проекты, программы и конкретные инструменты содействия «зелёному» росту в свои долгосрочные стратегии.

Список использованных источников

1. Securing the Food Supply. World Water Assessment Programm. UNESCO. World energy outlook 2010 factsheet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.iea.org.
2. «Видение – 2050». Новая повестка дня для бизнеса, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.wbcsd.org/web/vision2050.htm.

ПРОБЛЕМЫ И ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

БЕЛЕНЦОВ В.Н.,

*д-р экон. наук, профессор, профессор
кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

РЫТОВА Н.А.,

*канд. экон. наук, старший преподаватель
кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Характерным признаком современной экономики являются постоянно и быстро меняющиеся условия внешней среды. В результате изменяется внутренняя среда предприятий и нарушается стабильность их работы.

В финансовом менеджменте считается, что для стабильной работы предприятия необходимо рациональное соотношение структуры имущества предприятия и источников их формирования. Но такие оценки являются статическими и не отражают их взаимосвязь с доходами и затратами, которые возникают в процессе работы предприятия. Именно возможность их покрытия является важным для предприятия, но они не учитываются в существующих подходах при оценке финансовой устойчивости.

Понятие устойчивости стало фундаментальным во всех областях науки после того, как А.М. Ляпунов дал определение и сформулировал свои теоремы об устойчивости и неустойчивости технической системы [1]. Сегодня при исследовании проблемы устойчивости социально-экономических систем выделяют различные её виды (типы), но при оценке, как правило, используют понятие финансовой устойчивости. Иногда его смешивают с понятием устойчивого финансового состояния. Например, в словаре [2], финансовая устойчивость – это характеристика стабильности финансового положения предприятия, обеспечиваемая высокой долей собственного капитала в общей сумме используемых финансовых средств.

Существующие подходы к оценке финансовой устойчивости, как правило, выполняются с использованием данных бухгалтерского баланса предприятия. Но в нём не отражаются затраты, возникающие при работе предприятия. Это требует совершенствования подходов к оценке финансовой устойчивости.

Все подходы к оценке устойчивости на микроуровне базируются на анализе определённых показателей, характеризующих это состояние. Применительно к финансовой устойчивости эти подходы пытаются

группировать [3]: анализируются относительные или абсолютные показатели или их совокупность в виде интегрального показателя, величина которых сравнивается с «нормативным» значением. В зависимости от этого состояние определяется как устойчивое (неустойчивое) или его дифференцируют дальше в зависимости от выбранного критерия оценки [4].

В большинстве подходов к оценке финансовой устойчивости определённым образом сопоставляются структурные элементы активов и пассивов бухгалтерского баланса. При этом исследование структуры пассива баланса даёт возможность установить возможные причины изменения финансовой устойчивости предприятия. Например, увеличение собственного капитала способствует усилению, а повышение обязательств – снижению финансовой устойчивости. Как правило, соотношение между заёмными средствами и собственным капиталом рассматривают относительно единицы. Если больше, то существует риск банкротства. Оптимальные пределы зависят от отраслевой принадлежности предприятия и состояния экономики страны. В любом случае исследователи не рекомендуют ограничиваться только одним коэффициентом при оценке финансовой устойчивости [5].

Широкое распространение получили оценки на основе показателя собственных оборотных средств как разницы между собственным капиталом и необоротными активами предприятия. Критерием оценки является их достаточность для осуществления предприятием хозяйственной деятельности и по их совокупности судят об уровне финансовой устойчивости.

Таким образом, существует общий недостаток всех подходов к оценке финансовой устойчивости на основе данных бухгалтерского баланса. В нём отражаются запасовые значения (на начало и конец периода) структурных элементов имущества предприятия и источников их формирования. Однако он не содержит данных о потоковых затратах (за определённый период), которые необходимо покрывать в процессе работы предприятия. В результате такие оценки получаются некорректными, что требует совершенствования подхода к оценке финансовой устойчивости предприятия.

Список использованных источников

1. Ляпунов А.М. Общая задача об устойчивости движения / А.М. Ляпунов. – М.: 16-я типография Союзполиграфпрома, 1950. – 470 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vixri.com/d/Ljapunov%20A.M._Obshaja%20zadacha%20ustojchivosti%20dvizhenija,%201950,%20473s.pdf.
2. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 1998. – 480 с.
3. Калишенко В.О. Огляд та узагальнення методичних підходів до оцінки фінансової стійкості підприємства / В.О. Калишенко, К.М. Москалець

// Матеріали VII Міжнародної наукової інтернет-конференції «Простір і час сучасної науки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kalishenko-vo-moskalets-km-oglyad-ta-uzagalnennya-metodichnih-pidhodiv-do-otsinki-finansovoyi-stiykosti-pidpriemstva>.

4. Негашев Е.В. Проблемы логического обоснования методов анализа финансовой устойчивости коммерческой организации: монография / Е.В. Негашев. – М.: РУСАЙНС, 2017. – 162 с.

5. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация / Л.А. Бернштейн. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 624 с.

КОМПЛЕКСНАЯ СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ РЕШЕНИЙ ПО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА

БОГДАНОВ А.В.,

*канд. наук по гос. упр., доцент, доцент кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Управление регионом состоит из таких компонентов: комплексный анализ и прогнозирование развития; формирование сводного плана для развития региона; управление социально-экономическим развитием.

Уровни принятия решений на региональном уровне: 1) формирование стратегии, составление программы социально-экономического развития; 2) экономическое регулирование рынка; 3) сбор информации от органов управления, государственных и коммерческих структур.

Причины необходимости разработки системы поддержки решений:

1. Обработка разнородной информации в разных базах данных без прямого доступа всех специалистов ко всей накопленной информации.

2. Современная технология принятия решений в исполнительной власти на всех уровнях требует значительной координации по вертикали и по горизонтали.

3. Аналитическая и прогностическая отчетность требует использования современного математического и экономического инструментария.

4. Разнообразие форм первичных отчетов требует гибких средств, доступных для быстрого формирования отчетов разработчиками и пользователями.

5. Раздельная информационно-аналитическая поддержка на разных этапах развития управлением регионом.

6. Использование устаревших методов прогнозирования, недостаточная информационная база и инструментарий означают низкое качество прогнозов.

7. Сложность процессов регионального управления.

Поддержка принятия решения аппаратом управления и органами местного самоуправления поможет решить такие проблемы:

- мониторинг социально-экономических и финансовых показателей в целях контроля и всесторонний анализ текущей социально-экономической ситуации;
- анализ территориальной информации и выявление тенденций и моделей в накопленных данных;
- прогнозирование состояния отраслевых и региональных систем, выделение диспропорций на рынках и точек роста в социально-экономической системе;
- анализ влияния различных факторов на социально-экономическую ситуацию;
- системное моделирование социально-экономического развития региона на основе сложных взаимосвязанных имитационных и оптимизационных моделей;
- информационно-аналитическая поддержка управления принятием решений как выполнение расчётов по многофакторным сценариям и целевому типу социально-экономической разработки и оценки эффективности решения.

Анализ наиболее частотных методов поддержки позволяет применить их на различных этапах принятия решения.

На *первом этапе* – получение информации о ситуации, определение цели, разработка системы оценивания, диагностика управленческой ситуации, выявление проблемы, постановка целей и способов их реализации. Важнейший элемент этапа – сбор и структурирование информации о процессах в социально-экономической системе (показатели социально-экономического развития, демография, рынок труда, денежный доход и прожиточный уровень населения, муниципальное строительство, оказание медицинских услуг населению региона, образование и т.д.). В современных компьютерных системах этап поддерживает подсистема мониторинга. Информационно-аналитическую поддержку реализуют статистические методы (регрессия, кластерный анализ), интеллектуальные технологии (генетические алгоритмы, нейросетевые технологии).

На *втором этапе* – развитие возможных управленческих решений предоставляет варианты устранения проблемы для создания сценарных условий. Для исследования ситуации используют когнитивные карты, процессы генерации решений, разработку сценариев, экспертную оценку.

На *третьем этапе* – анализ и оценка применимости предложенных сценариев. Основная задача – разработать технико-экономическое обоснование такой оценки и провести ранжирование рассматриваемых

опций. Основной метод этапа – рецензирование как профессиональная оценка сценариев.

На *четвёртом этапе* – компьютерный анализ динамики ситуации по отобранным сценариям. Технологическая поддержка этапа – имитационное или математическое моделирование. При расчёте всеобъемлющей имитационной модели используют сценарный подход, чтобы проводить многофакторный ситуационный анализ смоделированной системы.

На *пятом этапе* – процедура оценки вариантов и их выбор на основе экспертной имитационной модели, экспериментального компьютерного моделирования, статистических методов экспертных и интеллектуальных систем, методов баланса, итерационной имитации и оптимизации вычислительных процедуры. Проблема согласования решений при необходимости решается по правилам поиска компромисса (метод идеальной точки, метод концессий, метод утверждения решения по главному критерию).

На *шестом этапе* – непосредственное исполнение решения с использованием финансовых и материальных ресурсов, контроль процедуры реализации, результаты анализа ситуации после реализации решения. Возможно использование системы мониторинга для контроля достижения промежуточных результатов.

Выводы: в системе поддержки принятия решений на региональном уровне должны быть реализованы процедуры по всем этапам процесса принятия решений. Поэтому на современном этапе актуальна сквозная информационно-аналитическая поддержка процесса принятия решений, которая позволяет с позиций системного подхода сформировать комплексную компьютерную модель для изучения сложных региональных процессов, прогнозирования показателей социально-экономического развития, проведения компьютерного анализа динамики ситуаций, оценки и выбора предлагаемого управленческого решения.

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ РИСКОМ КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНА

БУРИК Н.А.,

*преподаватель кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Термин «риск» обычно используется только тогда, когда есть вероятность негативных последствий. В некоторых ситуациях риск обусловлен возможностью отклонения от ожидаемого результата или события. Результатом события может быть одно или несколько последствий, как положительных, так и отрицательных. Однако в отношении аспектов безопасности последствия всегда отрицательны. Последствия могут быть выражены качественно или количественно.

В современной научной литературе рассматриваются несколько видов риска, каждый из которых имеет свои особенности: риски безопасности; риск для здоровья; экологические риски; общественное благосостояние и риски доброй воли; финансовые риски [1].

Экологический риск – это вероятность негативных изменений в окружающей среде. Эти изменения могут быть вызваны антропогенными или другими воздействиями на окружающую среду. Очень часто экологический риск приравнивают к экономическому, однако анализ данного вопроса показывает, что и уровень неопределенности, и тяжесть последствий при сопоставлении обоих видов риска далеко не идентичны. Отличия экологического риска от экономического состоят в следующем:

1. В экономике человек рискует собственным капиталом или капиталом акционеров, перед которыми ответственен по вполне определенным статьям законов. В экологии лицо, принимающее решение, рискует не сам, а перекладывает риск на так называемых «третьих лиц», то есть население экологически опасных зон.

2. Экономический риск в большинстве случаев поддается расчетам, определению и выражению в монетарной форме. Экологический риск всегда неопределенен, так как, во-первых, его следствия многомерны, и, во-вторых, каждое из последствий ведет к другим следствиям, образуя цепные реакции, проследить и учесть которые заранее чрезвычайно трудно ввиду отсутствия информации и проведения опережающих экологических работ.

3. Неблагоприятные последствия экономического риска проявляются обычно сразу или через непродолжительный период. Последствия же риска экологического обычно отдалены и могут проявиться самым неожиданным способом.

4. Экономический риск имеет стандартное монетарное выражение. В свою очередь экологический риск только сводим к нему и не всегда полностью. Например, чрезвычайно трудно определить ухудшение состояния одного компонента природного комплекса на другие, а через них на человека. В большинстве случаев мы имеем дело с нарушением природных равновесий в глобальном, региональном и локальном масштабах.

Другими словами, сопоставлять экологический и экономический риск можно лишь условно, хотя на практике имеет место автоматический перенос разработанных подходов с одного на другой. Оценку экологического риска следует считать составной частью процесса управления природопользованием по совокупности определенных критериев.

Оценка экологического риска обычно рассматривается с точки зрения биомедицинских представлений об угрозе здоровью человека и экосистемам. Эти оценки обычно получаются из рассмотрения химических и биологических данных, относящихся к конкретному региону.

Обзор научных публикаций показывает, что все чаще применяется такой подход к определению риска нежелательных явлений, который учитывает не только вероятность этого события, но и все его возможные последствия. Вероятность события или процесса здесь является одним из компонентов риска и измеряет последствия (ущерб) для других. Это двумерное определение риска используется в количественной оценке риска.

Но есть и другой подход к определению риска – многомерный. Он основан на многих факторах, ответственных за восприятие риска, связанных с принятием решений, связанных с риском. Эти факторы, выявленные психологами, носят качественный характер. Чтобы сравнить выражение этих факторов, им приписывают условные единицы (например, по пятибалльной системе: если этот фактор считается очень сильным, его вес принят за 5, а если очень слабый, то за 1). После этого все веса суммируются, в этом заключается суть так называемого психометрического подхода к риску, использующего его многомерное определение. Многомерное определение носит качественный характер, оно полезно для определения приоритетов людей, поскольку они связаны с совокупностью опасных событий или процессов.

Оценка экологического риска может быть проведена на всех уровнях – от точечного к глобальному. Под экологической оценкой риска всегда подразумевается как качественная, так и количественная оценка фактического или потенциального воздействия загрязняющих веществ на окружающую среду.

Оценка экологических рисков помогает:

- выявить потенциальные экологические риски, устранить или минимизировать их;
- прогнозировать появление побочных эффектов, предотвращать или минимизировать вероятность их возникновения;

- получить количественные и качественные показатели побочных эффектов;

- предотвращать несчастные случаи, наносить вред здоровью, компонентам окружающей среды, наносить ущерб репутации субъекта, реализующего проект;

И поэтому оценка рисков стала инструментом принятия решений. Оценка экологических рисков должна включать следующие этапы:

- определение чрезвычайных ситуаций, связанных с загрязнением окружающей среды, которые могут возникнуть в результате реализации проекта;

- оценить стоимость полного устранения воздействий окружающей среды, вызванных чрезвычайной ситуацией каждого типа;

- определить вероятности возникновения чрезвычайных ситуаций любого рода [1].

При этом предотвращение или снижение риска должно учитывать не только количественные, но и качественные характеристики риска, вызванного различными факторами и механизмами восприятия риска.

Для предотвращения или снижения риска необходима разработка специальных документов, объем которых может быть как ограничен какой-либо одной компанией, так и распространиться на всю страну. Эти документы включают в себя законодательные и нормативные акты, направленные на охрану здоровья, улучшение условий труда, снижение загрязнения окружающей среды, обеспечение безопасности дорожного движения, стандартизацию качества товаров и т.д.

Управление рисками обычно включает оценку рисков, обработку рисков, принятие рисков и информирование о рисках. Система управления рисками представляет собой совокупность элементов системы управления организацией в направлении управления рисками [2].

Процесс управления рисками основан на результатах количественной оценки рисков, что позволяет:

- сравнить альтернативные проекты потенциально опасных объектов и технологий;

- выявить наиболее опасные факторы риска, действующие на данный объект;

- создание базы данных и базы знаний для экспертных систем поддержки принятия решений и разработки нормативных документов;

- определить приоритетные направления для инвестиций, направленных на снижение риска.

Сначала проводится сравнение результатов оценки риска для данной ситуации и соответствующих критериев. После этого сравнения приводятся варианты снижения риска, каждый из которых оценивается с учетом затрат на внедрение. Оценка параметров повторяющейся операции повторяется до тех пор, пока не будет найдено оптимальное решение.

В целом управление экологическими рисками – это скоординированные действия по управлению и контролю организации в отношении риска, которое обеспечивается разработкой и применением нормативных правовых актов, устанавливающих экологическую и правовую ответственность предприятий и организаций – источников повышенного риска.

Список использованных источников

1. Kolluru R.V. Health Risk Assessment: Principles and Practices // Risk Assessment and Management Handbook. For Environmental, Health, and Safety Professionals. – New York, 2006. P. 123-151.
2. Экологические риск: обзор и управление в современных условиях / Д.В Дудник и др / Международный журнал профессиональной науки. – 2017. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scipro.ru/article/17>

ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

ВАРАДИ О.А.,

*заместитель начальника общего отдела
администрации города Макеевки,*

*слушатель Центра дополнительного профессионального образования
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Регионы, как социально-экономические системы, выступают в современных условиях основным двигателем рыночных отношений и бизнес-коммуникаций, базой освоения и использования всего совокупного производственного потенциала, способного формировать конкурентные преимущества нового типа.

Вопросы социально-экономического развития регионов освещаются в работах следующих авторов: Баранова П.П., Крапивина В.А., Крутикова В.К., Зайцева Ю.В., Нестеровой Н.Н., Шедько Ю.Н., Хмелевой Г.А. и др. [1-6].

Постепенный переход к постиндустриальному обществу и трансформационные сдвиги, которые происходят на международном, национальном и региональном уровнях, требуют формирования новых подходов, методов и инструментов управления развитием региона. Эти методы и инструменты отражают концептуальные сдвиги в развитии региональной экономики, которые заключаются в том, что регионы, как части территории страны, формируют свое собственное социально-

экономическое пространство и конкурируют между собой за материальные, инвестиционные, инновационные и человеческие ресурсы.

Следует отметить, что Донецкая Народная Республика только накапливает опыт решения проблем местного и регионального развития.

В развитых странах мира высокой степенью развития региональной политики, цивилизованным инструментом государственного регулирования планомерного развития экономики, поддержания необходимых пропорций является планирование социально-экономического развития на региональном и местном уровнях.

Именно экономическое планирование, основываясь на основных достижениях фундаментальной науки и мировой практики, позволяет решить жизненно важные проблемы развития общества, территорий, институциональных единиц, обосновывая при этом направления реализации определенных целей, приоритетов, стратегических и тактических задач.

Региональное планирование является цивилизованным инструментом взаимодействия всех звеньев в уровневой модели планирования экономики и высшей ступенью региональной политики. Место, которое занимает планирование в системе государственного регулирования социально-экономическим развитием, отражено на рис. 1.

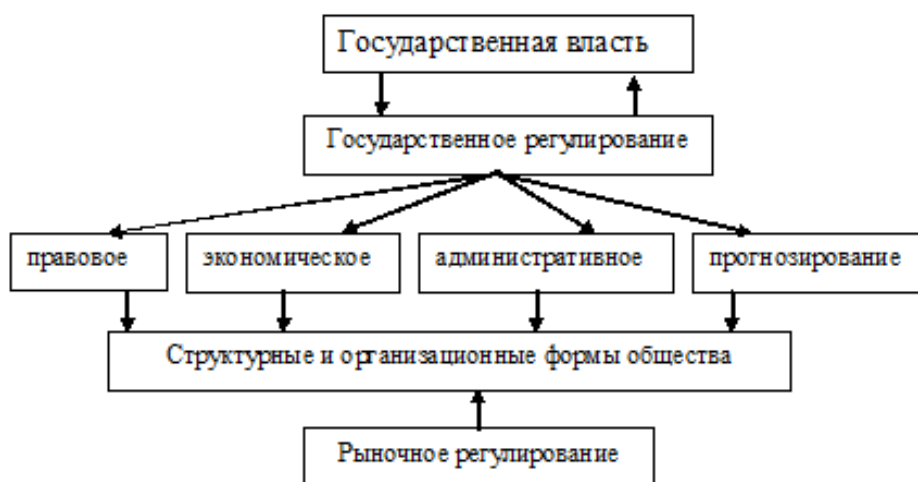


Рис. 1. Место планирования в системе регулирования социально-экономическим развитием

Региональное планирование является органической составной частью планирования экономического и социального развития государства, отражает специфический пространственный аспект процессов воспроизводства материальных благ, рабочей силы, производственных отношений и решения проблем социального и экономического характера. Оно является важнейшей функцией управления процессами территориального разделения труда, комплексным экономическим и социальным развитием регионов.

Базой планирования социально-экономического развития регионов является система достигнутых макроэкономических показателей,

государственные социальные стандарты и нормативы обеспеченности населения, характеристика развития социальной инфраструктуры, возможности потенциальных инвесторов и инвестиционная привлекательность региона.

Планирование социально-экономического развития регионов поддерживает экономическое равновесие; влияет на качественное преобразование; стимулирует развитие экономики.

К видам планирования социально-экономического развития регионов относятся следующие:

- программно-целевое планирование – деятельность, направленная на определение целей и приоритетов социально-экономического развития, формирование комплекса направленных на достижение этих целей и приоритетов мероприятий с указанием источников их финансового обеспечения;

- территориальное планирование – это особый вид проектных работ, который призван дать стратегические решения по организации территории.

- бюджетное планирование – это научно обоснованный процесс определения источников формирования и направлений использования бюджетных финансовых ресурсов для обеспечения пропорционального и динамичного социально-экономического развития общества.

К основным принципам планирования социально-экономического развития регионов относятся объективность, целеполагание, результативность, эффективность, приоритетность, компетентность, преемственность, альтернативность, прозрачность, ситуационность.

Для эффективного планирования социально-экономического развития регионов необходимо наличие механизмов государственного управления (нормативно-правового, организационного, экономического, информационного, социального) и обеспечения (методологического, методического, ресурсного, информационного) данного процесса.

Планирование социально-экономического развития регионов способствует возникновению существенных преимуществ как для органов государственной власти, так и для территориальной общины в целом.

Список использованных источников

1. Баранов П.П. Стратегическое планирование развития муниципального образования / П.П. Баранов. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 93 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142504>
2. Крапивин В.А. Стратегическое планирование социально-экономического развития региона (на примере Нижегородской области) / В.А. Крапивин, П.П. Мирошкин. – Н. Новгород: ООО Изд-во Пламя, 2012. – 176 с.

3. Крутиков В.К. Региональное управление и территориальное планирование: учебно-методическое пособие / В.К. Крутиков, Ю.В. Зайцев, Т.В. Дорожкина и др. – Калуга: Изд-во «Ваш домЪ», 2015. – 180 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vkrutikov.ru/files/docs/38/posobie-reg-upr-i-terr-plan.pdf>
4. Нестерова Н.Н. Особенности планирования и прогнозирования социально-экономического развития регионов в условиях глобальных изменений / Н.Н. Нестерова, И.В. Осипова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13428>
5. Региональное управление и территориальное планирование: учебник и практикум для академического бакалавриата. В 2 ч. Ч. 1 / Ю.Н. Шедько и др.; под ред. Ю.Н. Шедько. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 205 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/regionalnoe-upravlenie-i-territorialnoe-planirovanie-v-2-ch-chast-1-407855>
6. Хмелева Г.А. Региональное управление и территориальное планирование: учебное пособие / Г.А. Хмелева, В.К. Семенычев. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 224 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=502311>.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ ЮФО НА ОСНОВЕ ОНЛАЙН-ОПРОСА

ВНУКОВА Л.Б.,

*канд. полит. наук, старший научный сотрудник,
«Федеральный исследовательский центр Южный научный центр
Российской академии наук»*

Опрос был разработан исследовательской группой в рамках проекта Программы Президиума РАН «Научно-техническое обеспечение инновационного развития Юга России: взаимодействие образования, науки и производства», чтобы оценить инновационный потенциал студентов Южного федерального округа. Оценку инновационного потенциала разделили на несколько смысловых частей. Во-первых, напрямую спрашивали про то, что респонденты считают инновациями, кого из известных инноваторов они знают, каким образом получают информацию об инновациях, на какие инновационно ориентированные мероприятия готовы потратить свои деньги и какие инновационные проекты в своем городе известны студентам. Общие вопросы анкеты помимо стандартных паспортных включали специализацию обучения, мотивацию получения высшего образования и др. Поскольку

научные исследования должны являться поставщиком инноваций, то отдельное внимание уделялось научной деятельности студентов.

Всего в онлайн-опросе, который проходил в сентябре-октябре 2018 г., приняли участие 2900 студентов (71,6% девушки, 28,4% юноши) из восьми вузов Южного федерального округа: Южный федеральный университет (1077 ответов), Ростовский государственный экономический университет (650), Донской государственный аграрный университет (425), Южно-Российский государственный политехнический университет (250), Волгоградский государственный медицинский университет (225), Крымский федеральный университет (160), Донской государственный технический университет (72), Волгоградский государственный университет (41).

Таблица

Специализация обучения	Частота	Процент
другие общественно-гуманитарные специальности (филология, философия, история)	756	26,1
естественнонаучная (физика, химия, математика, география, биология, геология, астрономия)	232	8,0
медицинская	306	10,6
сельскохозяйственная	309	10,7
техническая (архитектура, информатика, механика, машиностроение, радиоэлектроника)	476	16,4
экономическая и управленческая (менеджмент)	821	28,3
Итого	2900	100,0

Более 45% ответивших это молодые люди в возрасте 19-20 лет. Две другие примерно равные группы 17-18 лет (21,3%) и 21-22 года (24,1%). Логически соответствует возрасту распределение по курсу обучения: 42,4% и 23,3% это студенты второго и третьего курсов соответственно. Поскольку участие в онлайн-опросе – это добровольная активность студентов, то соблюдать репрезентативную выборку затруднительно, поэтому и распределение по специализации обучения не может быть пропорционально сопоставлено с общим количеством студентов в вузе по всем направлениям обучения. Полученные данные могут рассматриваться как результаты пилотного опроса, требующие проведения социологического исследования в соответствии с правилами выборки. В таблице представлены данные по распределению ответов респондентов по специализации обучения. Более половины ответивших – это представители общественно-гуманитарных специальностей и экономисты-управленцы.

Поскольку инновации тесно связаны с научными исследованиями, то студентам был задан вопрос: интересно ли им участвовать в научно-исследовательской работе? 30,2% ответили утвердительно. Далее мы просили оценить степень вовлеченности в этот процесс, результаты представлены на рис. 1, где по оси x – оценка, по оси y – количество респондентов. Два пика на графике – это оценка «1», т.е. совсем не вовлечен, и «5» приблизительно соответствует «иногда». Количество респондентов,

выбравших ответы 8-10, то есть сильно вовлеченных, в сумме составляет только 17,8%.

55,8% не будут рассчитывать на поддержку государства, если будут заниматься инновационной деятельностью. Этот результат коррелирует с ответами на следующий вопрос: в каких платных инновационно ориентированных мероприятиях студенты хотели бы принять участие? 36,2% не интересуются такими мероприятиями, остальные предпочтения распределились следующим образом: 28,5% – семинар по бизнес-планированию; 16,3% – стартап-школа; 19% – тренинг по созданию инновационного товара/услуги. Большинство студентов не знают успешные инновационные проекты в своем городе. А то, что пишут как инновационный проект, не всегда можно считать таковым, правильных ответов около 10%.

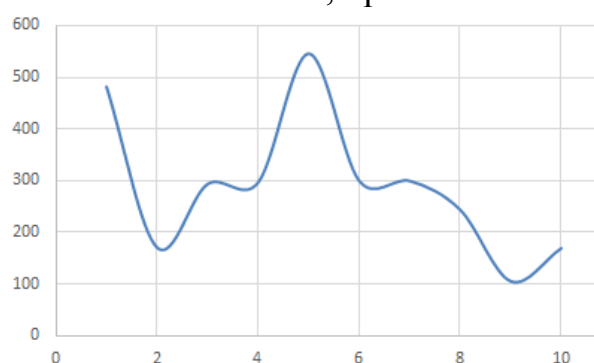


Рис. 1. Самооценка степени вовлеченности студентов в научно-исследовательский процесс

На рис. 2 представлены результаты того, насколько студентам знакомы популярные инноваторы из предложенных фотографий: Стива Джобса, Марка Цукерберга, Илона Маска, Павла Дурова и др.

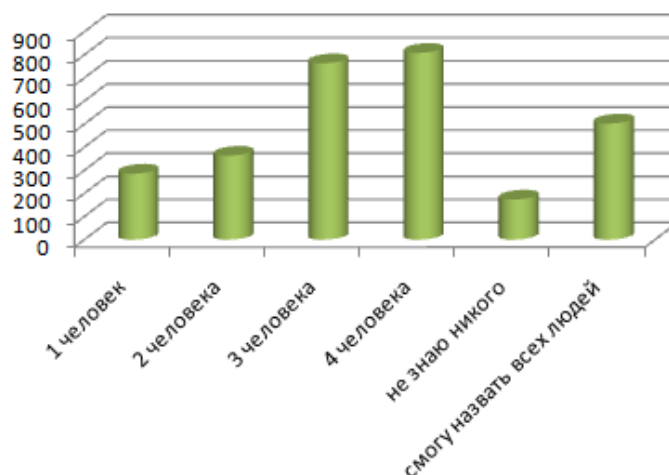


Рис. 2. Насколько студентам знакомы популярные инноваторы

Более двух третей (67,5%) получают информацию об инновациях из социальных сетей.



Рис. 3. Источники информации об инновациях

Студенты смутно представляют суть инноваций, хотя и проявляют активный интерес к этой теме. Подавляющее большинство не ориентировано на вовлечение в инновационный процесс, соответствующий потенциал несут в себе примерно 10% – как обладающие знаниями и устойчивым намерением связать свою трудовую деятельность с инновациями. Система образования должна включить информацию об инновациях, чтобы сформировать соответствующее знание и компетенции у молодых людей.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

ГАМИНА Т.С.,

*канд. пед. наук, доцент кафедры государственного управления
и таможенного дела*

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

Управление проектом – это наука и искусство руководства и координации людских и материальных ресурсов на протяжении проекта путем применения современных методов и инновационных технологий управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству удовлетворения всех участников проекта, требующая знаний, профессиональных умений, многолетнего опыта. Сегодня управление проектами – это профессия.

Проект является временным, организованным усилием, в результате которого создается уникальный продукт, услуга, процесс или план [2].

Управление проектом – это планирование, организация, руководство и контроль над ресурсами компании на относительно кратковременную задачу, которая была поставлена, чтобы добиться конкретных целей и результатов, это обеспечение проектным командам процесс, который помогает

координировать усилия всех так, чтобы они могли создать нужный продукт или услугу.

Именно руководитель (менеджер проекта, руководитель функционального отдела, генеральный директор, любой человек, облеченный обязанностью управлять процессом) должен иметь перед собой очевидную картину проекта, которая показывала бы цели, сроки, сферы ответственности, распределение ресурсов, делегирование полномочий, расходы и взаимосвязи, одновременно гармонизируя все аспекты совместной работы, для принятия осмысленного правильного решения

Статья посвящена разного рода коммуникациям в рамках управления проектом.

Одну из сложных проблем можно сформулировать следующим образом: как излагать информацию сжато и эффективно тем руководителям, которые заинтересованы в проекте, но напрямую в нем не участвуют. Много написано о том, как должны общаться члены команды проекта, но мало написано о том, как общаться с руководством, и еще меньше – о том, как обеспечить такие коммуникации, которые удовлетворили бы потребность руководства в краткости и простоте понимания.

Один из эффективных инструментов презентации проекта – его портфолио. Портфолио проекта – это упорядоченное собрание материалов, предназначенных для достижения определенной цели.

Наиболее удобным в настоящее время является электронное портфолио. Электронное портфолио легко создавать, редактировать, дополнять, компактно сохранять, удобно переносить, презентовать в привлекательной форме.

В электронном портфолио легко осуществлять быстрый поиск документов, которые информируют и концентрируют внимание на самом важном. Как правило, в портфолио входит описание проблемы, на решение которой направлен проект; цель и задачи проекта; география деятельности; целевые группы; ожидаемые результаты, изменения; опыт группы данного проекта и группы по реализации подобных проектов; продвижение проекта с учетом прогноза на ближайшее время; позиционирование проекта.

Основными направлениями деятельности руководителя проекта с позиций маркетинга является:

- изучение рынка схожих услуг, динамики потребительского спроса, особенностей разных групп потребителей;
- учёт требований рынка в той сфере, которой посвящен проект, особенно учет требований по поиску неиспользованных возможностей;
- формирование стратегии маркетинга в перспективе;
- поддержка преимуществ своего проекта в условиях конкуренции.

Успех руководителя проекта прямо пропорционален умению четко и ясно изложить данные о состоянии проекта (т.е. объёмы работ,

своевременность и соотношение запланированных и реальных ресурсов), текущих результатов и прогнозов [1, с. 23].

Менеджер проекта должен обладать определенными навыками управления проектом: быстро и эффективно организовать начало работ по проекту; организовывать, координировать и контролировать ход работ по проекту; иметь исходную, руководящую и ресурсную информацию; целесообразно распределять работы по проекту между членами команды проекта; осуществлять взаимодействие с внешними участниками, заинтересованными сторонами проекта; контролировать отклонения от запланированного хода работ и следить за изменениями по проекту; осуществлять коммуникации с членами команды с целью мониторинга проекта, принятия решений по ходу работ; устанавливать деловые взаимоотношения с вышестоящими руководителями.

Менеджер проекта должен разъяснить суть способов, стилей и средств коммуникаций, их преимущества и недостатки. В ходе реализации проекта передача информации осуществляется устными, письменными, смешанными способами коммуникации; формальными, неформальными, смешанными стилями коммуникации; используются такие средства, как беседы, встречи, презентации, технические средства связи, информационные системы. Необходимо пояснить суть факторов, которые влияют на выбор передачи информации. К таким факторам рациональных способов, стилей и средств коммуникации в проекте относятся: срочность получения информации; отдаленность члена команды, необходимость быстрой обратной связи; степень сложности переданной информации; компетентность участников проекта в использовании технических средств связи или информационных технологий; длительность и сложность проекта.

Список использованных источников

1. Кларк А. Кэмпбэлл. Управление проектом на одной странице. – М.; С.-Петербург; Киев, 2009.
2. Пол Мартин, Карен Тейт. Ускоритель памяти для управления проектами. Project Management memory Jogger; Salem, N, Goal/QPC, 1997.

СУЩНОСТЬ БЕСПЛАТНЫХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ. АКТУАЛЬНОСТЬ ИХ ИЗУЧЕНИЯ

ГАРШИНА А.Е.,

*главный специалист отдела физической культуры и туризма
Министерство молодёжи, спорта и туризма
Донецкой Народной Республики*

Закон Донецкой Народной Республики «О физической культуре и спорте» даёт следующие определения:

– спортивно-массовое мероприятие – организованное мероприятие соревновательного характера, направленное на физическое и духовное развитие человека, укрепление здоровья и профилактику заболеваний, рациональное проведение досуга, формирование потребности в регулярных занятиях физической культурой и спортом;

– физкультурно-оздоровительное мероприятие – мероприятие оздоровительного характера, направленное на укрепление здоровья граждан в процессе физического воспитания.

Из вышеизложенных терминов видно, что данные мероприятия проводятся для населения Республики, т.е. не для профессиональных спортсменов. Принять участие в них может любой человек, не имеющий медицинских противопоказаний к занятиям физической культурой. Такие мероприятия проходят регулярно по разным видам спорта в городах и районах Донецкой Народной Республики. К ним также можно отнести мероприятия Государственного физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне Донецкой Народной Республики».

Далее по тексту объединены эти два термина в общее название Мероприятия. В исследовании намеренно не затрагиваются официальные и неофициальные спортивные соревнования. Рассмотрим данные Мероприятия через призму экономических отношений.

Физическая культура и спорт является одной из отраслей непроеизводственной сферы, результатом труда в которой выступают услуги. Услуга представляет собой специфический продукт труда, который не приобретает вещественной формы, потребительская стоимость которого заключается в полезном эффекте живого труда, и который может быть объектом купли-продажи и предметом потребления.

Мероприятия, рассматриваемые в данной работе, можно квалифицировать как социально-культурные услуги. Социально-культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурные услуги обеспечивают духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства, поддержание

и восстановление здоровья. Социально-культурные услуги можно классифицировать по следующим признакам:

- по форме потребления: индивидуальные (самостоятельные занятия) и массовые (коллективные);
- по форме распределения общественных фондов потребления: платные (занятия в коммерческом центре) и бесплатные (урок физкультуры);
- по мотивам производства услуги: коммерческие (получение прибыли) или некоммерческие;
- по мотивам потребления: услуги личного характера (занятия конкретного лица физическими упражнениями и т.д.) и деловые (аренда);
- по характеру потребления: коммерческие (спонсорская помощь, проведение лотерей и т.д.), образовательные, посреднические (подготовка пакета документов для создания ФСО, бизнес-план), физкультурно-спортивные, зрелищные, консультационные (персональные консультации, составление тренировок, ЛФК и т.д.).

Таким образом, Мероприятия с точки зрения маркетинга, являются услугой, предоставляемой государством населению с целью физического и духовного развития человека, укрепления здоровья и профилактики заболеваний, рационального проведения досуга, формирования потребности в регулярных занятиях физической культурой и спортом.

Для организации и проведения Мероприятий, государством ежегодно выделяются определённые объёмы финансовых средств. У каждой инвестиции должен быть свой эффект, в данном случае он может быть социальным и экономическим. Экономический эффект может делиться на два вида – косвенный и прямой.

Анализ бесплатных физкультурно-спортивных услуг призван ответить на следующие вопросы: всегда ли ранг и масштаб Мероприятия соответствует затратам на его проведение, какие инструменты маркетинга используются при продвижении Мероприятия, соответствует ли услуга ожиданию потребителей, определение зависимости между количеством Мероприятий, количеством населения, принявшего в них участие, и социальным эффектом от них.

После получения ответов на вышеизложенные вопросы, можно сформулировать рекомендации по оптимизации календарных планов проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий субъектов физической культуры и спорта, развитию спортивного маркетинга в Республике, организации и проведению Мероприятий с учётом ожиданий потребителей услуги.

Список использованных источников

1. О физической культуре и спорте: Закон Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://doc/zakon-o->

fizicheskoy-kulture-i-sporte-doneckoy-narodnoy-respubliki

2. Оценивание в исследовании систем управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/1299101022590/menedzhment/otsenivanie_issledovaniy_sistem_upravleniya#968

3. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: учебное пособие для вузов. – Рн/Д.: Феникс, 2006. – 448 с.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПОРТИВНОЙ СФЕРЫ В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКЕ

ГЛУХОВА Е.А.,

канд. экон. наук,

доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин

ГОО ВПО «Донецкий институт физической культуры и спорта»

Современный этап жизни общества демонстрирует запрос на построение социально ориентированной экономики, базирующейся на принципах справедливости и ответственности. При инновационном векторе развития достижение определённого уровня и качества жизни населения происходит в условиях сложившейся системы нравственных ориентиров и ценностей, соблюдение и корректировка которых требует системных действий со стороны всех заинтересованных структур.

Социально ориентированная экономика представляет собой «...особую форму хозяйствования, направляемую и регулируемую государством, обществом в направлении переподчинения конечных целей интересам не только собственников средств производства, владельцев предприятий, но также и других участников процесса, в том числе непосредственных потребителей материальных благ...» [1]. В современных исследованиях акцентируется внимание на выделении индивидуума в качестве основного субъекта/объекта отношений, рассматриваемого одновременно как фактор производства, а также как личность – агрегатор физических, морально-психологических качеств, материальных и духовных потребностей, степень удовлетворённости которых определяет этап развития экономики [2]. Тесная взаимосвязь проявляется в рассмотрении социума в качестве основного экономического ресурса, создающего экономические системы на разных уровнях экономической деятельности человека, характер этой связи и отражает уровень социальной ориентации экономики [1]. Развитие социально-экономической сферы с акцентом на социальную составляющую препятствует негативным тенденциям в экономике и деградации общества, осуществление экономической деятельности в целях удовлетворения социальных потребностей обеспечивает бесконфликтный и эволюционный

характер развития общества: «...историческая логика общественного развития наглядно иллюстрирует необходимость ориентации на человека для достижения гармонии социума...» [3]. Традиционным индикатором благополучия общества выступает степень вовлечённости государства в решение проблем населения посредством стимулирования роста среднедушевого дохода и достаточного прожиточного минимума при одновременном обеспечении надлежащего качества жизни (соответствующие программы в области здравоохранения, социальной защиты, пропаганды здорового образа жизни). Остановившись на социальном аспекте, следует отметить, что ряд направлений, реализуемых в рамках государственной политики развитых государств, тесно связаны со спортивной сферой: профилактика здорового образа жизни населения; обеспечение доступности и популяризация спорта; создание спортивной индустрии.

Значительная роль спорта в реализации важнейших социальных задач требует идентификации особенностей функционирования спортивной сферы в социально ориентированной экономике. Среди основных особенностей стоит отметить следующие:

- высокая чувствительность спортивной сферы к положительным сигналам со стороны государства, связанная с развитием спортивной индустрии как отрасли предпринимательской деятельности;
- способность обеспечить широкий спектр разнонаправленных результатов при реализации инвестиционных программ – при одновременном повышении привлекательности спортивной сферы как бизнес-отрасли обеспечивается доступность населения к массовому занятию спортом и физической культурой;
- популяризация спорта позволяет решать важнейшие социальные задачи;
- эффективное функционирование спортивной сферы снижает уровень социальной напряжённости в обществе, обеспечивает положительную динамику результатов борьбы с социальными болезнями общества.

Указанные особенности функционирования спортивной сферы находят своё отражение в следующих взаимосвязях [4]: рост численности спортивных, физкультурных организаций всех форм собственности, осуществляющих деятельность на коммерческой основе, стимуляция увеличения налоговых поступлений в бюджеты всех уровней; развитие бизнес-процессов в спорте способствует привлечению частного капитала и в государственные проекты, что позволяет снизить нагрузку на бюджет; реализация крупных инфраструктурных проектов создаёт новые рабочие места и активизирует бизнес-процессы в рамках экономических систем.

Таким образом, особенности функционирования спортивной сферы в социально ориентированной экономике обусловлены широким спектром

задач, решаемых в данном сегменте – от роста налоговых поступлений в бюджеты различных уровней при коммерческой деятельности до снижения уровня социальной напряжённости, вовлечения молодёжи, распространения концепции здорового образа жизни. Надлежащее внимание к стимулированию развития спортивной сферы позволит достичь основных целей социально-ориентированной экономики.

Список использованных источников

1. Сычева И.В. Социально ориентированная экономика: содержание, характеристики, основные модели / И.В. Сычева // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – Тула, 2017. – № 2-1.
2. Вешкина Э.Ю. Особенности и предпосылки развития социально ориентированной экономики на региональном уровне / Э.Ю. Вешкина // Вестник БГУ. – Брянск: РИО БГУ, 2011. – № 3.
3. Якутин Е.М. Социально-ориентированные системы в национальной экономике / Е.М. Якутин // Вестник НГУЭУ. – Новосибирск, 2011. – № 2.
4. Бобровский Е.А. Инвестиции в спорт: экономический и социальный аспект / Е.А. Бобровский // Иннов: электронный научный журнал. 2017. – № 3 (32) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innov.ru/science/economy/otsenka-realizatsii-investitsionnoy/>.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

ГОНЧАРОВА И.И.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Владимира Даля»;*

ГОНЧАРОВ О.Ю.,

*ассистент кафедры маркетинга
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Владимира Даля»*

Маркетинг территории, являясь самым эффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности территории в экономической, социальной и природной сферах, становится важнейшей составляющей социально-экономической, политической и международной политики органов государственного и территориального управления, особенно для регионов и стран, активно оперирующих на глобальном рынке.

В условиях глобализации, растущей взаимозависимости современного мира, развитые и обладающие сильной экономической базой территории могут стать активными самостоятельными участниками мирового рынка.

Существующие представления о территории ложатся в основу инвестиционных рейтингов, принимаемых во внимание при размещении инвестиционных проектов, часто являются главным критерием при принятии решения о месте проживания, обучения или отдыха. Отмеченное обосновывает актуальную необходимость формирования положительного имиджа территории.

Поиск привлекательного имиджа территории ведёт к культивированию ассоциаций, аналогий и метафор, связывающих территорию с положительными, привлекательными символами, явлениями, обстоятельствами. Одной из наиболее эффективных стратегий конструирования имиджа территории является брендинг.

Как известно, период становления относительно новых научных дисциплин характеризуется отсутствием системности, неоднозначностью понятий, терминологической путаницей. Это требует детального, системного исследования подходов к определению понятия «бренд территории».

За последние 10-15 лет на рынке деловой литературы появилось достаточно много работ как зарубежных, так и отечественных авторов, посвящённых маркетингу территорий, регионов, городов.

Исследованию маркетинга территорий посвящено значительное количество научных трудов. Фундаментальными по этой проблематике являются труды Ф. Котлера (Philip Kotler), К. Асплунда (C. Asplund), И. Рейна (I. Rein), Д. Хайдера (D. Haider), С. Анхольта (Simon Anholt), Д. Хильдрета (Jeremy Hildreth). Среди российских учёных следует отметить работы

А.П. Панкрухина, А.Л. Гапоненко, Т.В. Мещерякова, Д.В. Визгалова, Т.В. Сачук, В.П. Радченко. В Украине эту проблему изучали такие учёные, как С.Н. Ильяшенко, М.А. Окландер, А.А. Беловодская, Н.В. Гайдобрус, И.В. Арженовский.

При этом в работах указанных авторов наблюдается отсутствие единого мнения относительно терминологии брендинга территории, что обосновывает цель данного исследования – исследование подходов к определению понятия «бренд территории».

В 2002 г. один из наиболее известных специалистов в области брендинга территорий С. Анхольт (Simon Anholt) впервые употребил словосочетание «брендинг мест». Он стал основным разработчиком комплексного, диверсифицированного подхода к брендингу территорий, в противовес специализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте (например, туризме). С. Анхольт создал концепцию конкурентной идентичности, представив её в виде шестиугольника, который показывает шесть элементов современного бренда территории: туризм (tourism), экспортные бренды (exportbrands), политика (governance), бизнес и инвестиции (investment and immigration), культура (culture and heritage), люди (people) [1].

Как отмечает Т.В. Мещеряков, бренд территории – это сложная психосоциальная конструкция, включающая:

- логотип (физическое и символическое выражение бренда), а также его нематериальные атрибуты;
- имидж территории, её ценности, ассоциации потребителей, связанные с ней, их эмоции, общее видение направлений использования территориального потенциала, культуру и историческое наследие территории, глобальную ответственность территориальных властей, имидж власти и т.п. [2].

И.В. Грошев определяет бренд как абстрактное представление о чём-либо или о ком-либо (продукт, компания, личность, вера, идея, территория), основанное на агрегированном ментальном образе индивида и (или) группы людей; общественный институт, организующий взаимоотношения субъектов в обществе и оказывающий активное влияние на формирование объективной действительности. По мнению автора, территориальный брендинг, как составляющая часть маркетинговой политики, представляет собой деятельность, направленную на строительство и поддержание позитивных ассоциаций о территории, её гражданах и продуктах, а также изменение неблагоприятных мнений или стереотипов, которые не отвечают действительности [3].

Как считает Т.А. Атаева, территориальный бренд – «это бренд страны, региона, города или другого территориального образования, который выступает важным фактором продвижения территории, опирается на политический, экономический, социокультурный её потенциал и природно-рекреационные ресурсы, а также на бренды товаров и услуг, локализованные в определённой географической местности» [4].

С точки зрения И.С. Важениной, бренд территории – гораздо более содержательное системное понятие. Это:

- уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными, социально-культурными и другими особенностями территории, ставший широко известным общественности;
- обещание потребителям территории желаемых потребительских качеств;
- гарантия качественного удовлетворения запросов потребителя территории, получения определённых выгод;
- повышенный субъективный уровень ценности территории для потребителя и его удовлетворённости, формируемый через позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению территории и напоминающие о ней;
- важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов территории, ценный нематериальный актив её экономики [5].

И.Г. Рзун и Н.О. Старкова дают следующее определение: «Бренд региона – региональная идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных образах, идеях, символах, ценностях, максимально полно и адекватно отражающаяся в имидже региона» [6].

В результате анализа исследований, посвящённых проблеме брендинга территорий, можно сделать вывод, что в научной среде существуют различные точки зрения по вопросу определения понятия бренда города. Понятие «бренд города» трактуется весьма неоднозначно не только по выделяемым характеристикам, но и по смыслам. Например, под данным понятием авторы понимают идею, идентичность, физическое и символическое выражение бренда, нематериальные атрибуты, имидж, абстрактный образ, обещание потребителям территории, гарантию качественного удовлетворения запросов, уровень ценности территории для потребителя и др. Вышеизложенное обосновывает актуальность и целесообразность дальнейших исследований в данном направлении.

Список использованных источников

1. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – 1-st edition. – Palgrave Macmillan, 2007. – 160 p.
2. Мещеряков Т.В. Бренд как коммуникативный капитал / Т.В. Мещеряков, И.Ю. Окольников, Г.Ю. Никифорова // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1. – С. 149-153.
3. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 655 с.
4. Атаева Т.А. Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона / Т.А. Атаева // Маркетинг – реальность и проекции в будущем: материалы конференции (Варна, 28-29 июня 2012 г.). – Варна, 2012. – 8 с.
5. Важенина И.С. Бренд территории: сущность и проблемы формирования / И.С. Важенина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 2. – С. 91-101.
6. Рзун И.Г. Формирование модели управления брендом региона / И.Г. Рзун, Н.О. Старкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-modeli-upravleniya-brendom-regiona>

ОРИЕНТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ КАРЬЕРУ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ

ГРИДИН А.Н.,

канд. ист. наук, доцент,

*декан факультета производственного менеджмента и маркетинга
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Одной из серьезнейших проблем, негативно влияющих на репутацию образования Донецкой Народной Республики, является тот факт, что многие выпускники высших образовательных учреждений не работают по полученным специальностям. Таким образом, прерывается стандартная, и при этом хорошо работающая, последовательность становления профессионала, начинающаяся еще в стенах образовательного учреждения и закономерно продолжающаяся на последующих рабочих местах. Утрачивается логическая взаимосвязь между знаниями, умениями и навыками, которые обучающиеся получают в государственных образовательных учреждениях (ГОУ), и их будущей профессиональной карьерой.

Успешность или неуспешность карьеры нельзя рассматривать исключительно как один из аспектов профессиональной жизни человека. Избранный субъектом деятельности карьерный путь, уровень его успешности на этом пути – все это отражается и на жизни человека в целом [1].

Вопрос же карьерного роста выпускников имеет для системы образования не только научный интерес, но и сугубо прагматический, так как качество получаемого в ГОУ образования, чем дальше, тем больше оценивают по результатам успешной либо неуспешной карьеры обучающихся. Поэтому над вопросами формирования определенной карьерной направленности личности необходимо работать еще в стенах образовательных учреждений.

Обобщая результаты проведенных исследований карьерных ориентаций, можно сделать вывод, что мотивация обучающихся к построению карьеры в будущей профессиональной деятельности отражает реалии сегодняшнего дня: стремление к стабильности, нежелание жертвовать личными интересами ради работы и, наоборот, работой ради семьи, а также готовность выстраивать свою карьеру в любой сфере.

Таким образом, можно утверждать: поступление в образовательное учреждение не означает, что вопрос профессионального самоопределения является решенным, а это ставит перед профессорско-преподавательским составом новые актуальные задачи. Действительно, профессиональное

самоопределение – это длительный, многоплановый, активный и изменчивый процесс, включающий несколько стадий:

- формирование профессиональных намерений;
- профессиональное обучение;
- профессиональную адаптацию;
- частичную или полную реализацию личности в профессиональном

труде [2].

Алгоритм развития профессиональных установок личности специалиста в условиях социально-профессиональной среды может быть представлен следующими карьерными установками:

1. Возможность – стихийно воспитанная в семейной и досуговой микросредах и целенаправленно – в учебно-профессиональной микросреде установка и способность молодого человека к будущей трудовой деятельности в условиях рынка труда.

2. Осознанность – понимание необходимости выбора первой конкретной профессии и предстоящих связанных с этим трудностей при овладении ею и будущем трудоустройстве.

3. Определенность – наличие плана на будущее, сформированного в учебно-профессиональной среде, связанное с овладением конкретной профессией и сформированностью личностной установки на будущую трудовую деятельность.

4. Устойчивость – стабильность интереса к выбранной профессии и формирование в условиях социально-профессиональной среды определенных личностных качеств конкурентоспособности, необходимой для успешной соревновательной деятельности на современном рынке труда ДНР.

5. Динамичность – развитие установки на активность, направленную на преодоление противоречий между личными потребностями и мотивами профессиональной деятельности, выражающуюся в совершенствовании качеств конкурентоспособности, необходимых в изменяющейся социально-рыночной среде [1].

К сожалению, как исследования, так и опыт практической преподавательской деятельности дают основания сомневаться в том, что современные студенты обладают осознанным подходом к выбору профессии, определенностью и устойчивостью профессиональных интересов. Причин такого положения вещей достаточно много. У большинства молодых людей выбор профессии основывается на существующих в обществе стереотипах, что мешает найти себя в мире профессий и создает психологические трудности. К ним прежде всего можно отнести:

1. Расхождение понятий «работа» и «профессия».
2. Расхождение между оплатой работы и собственными интересами.

В результате в установке современной молодежи «через высшее образование к высокооплачиваемой работе» прослеживается отсутствие или игнорирование продуктивных установок, нацеленных на рост и развитие

своего потенциала: диплом по «престижной» специальности рассматривается как возможность повысить конкурентоспособность на рынке труда и «допуск» к работе с высокой зарплатой [2]. К этому можно добавить взгляд на эту же проблему с другой стороны – выбрав специальность, исходя из своих собственных интересов, выпускник, выходя на рынок труда, сталкивается с тем, что в данной сфере крайне низкий уровень заработной платы, отсутствуют возможности быстрого карьерного и финансового роста. Например, в нашей Республике такая ситуация, к сожалению, характерна для сферы культуры, науки, образования, здравоохранения. При столкновении с реальностью студент, действительно выбравший себе профессию по душе, вынужден устраиваться на работу не по специальности, так как она может обеспечить ему достойный уровень жизни (в отличие от той, по которой получено образование).

Но, несмотря на целый ряд объективных факторов, влияющих на ситуацию с трудоустройством выпускников по полученной в образовательном учреждении специальности, у образовательных учреждений есть возможности повлиять на процесс формирования направленности на профессиональную карьеру.

Во-первых, должна быть выстроена четкая и неразрывная линия введения обучающихся в будущую специальность, не ограничивающаяся только проведением соответствующего спецкурса на первом курсе. Решение этой задачи не требует введения новых курсов, достаточно ввести отдельные темы в профессионально-ориентированные курсы. В этих темах должны раскрываться

возможности использования знаний по получаемой специальности в различных сферах деятельности, особенности и специфика карьеры в данном направлении профессиональной реализации.

Во-вторых, необходимо систематически привлекать успешных выпускников образовательных учреждений к встречам со студентами, чтобы показать им широкий спектр работ, в которых они могут реализовать себя на базе полученной специальности.

В-третьих, в работу кураторов студенческих групп, в воспитательную работу в целом включить составной частью задачу по формированию у студентов понимания значимости своей работы, образа профессионала и своего профессионального будущего.

Систематические и целенаправленные усилия педагогов по формированию направленности обучающихся на рост как профессионалов могут изменить ситуацию к лучшему, помогут обучающимся увидеть широкий спектр возможностей, которые дает им получаемая специальность и понять, как наилучшим образом выстроить свой карьерный путь.

Список использованных источников

1. Концепция сопровождения профессионального самоопределения обучающихся в условиях непрерывности образования. Концепция разработана в Центре профессионального образования ФГАУ «Федеральный институт развития образования». Авторы: В.И. Блинов, И.С. Сергеев, при участии Е.В. Зачесовой, Е.Ю. Есениной, И.В. Кузнецовой, П.Н. Новикова, Н.С. Пряжникова, Г.В. Резапкиной, Н.Ф. Родичева, А.Г. Серебрякова, О.В. Яценко – М., ФИРО, 2015. – 45 с.

2. Таланова С.И. Особенности профессионального самоопределения старшеклассников / С.И. Таланова // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). – СПб.: Реноме, 2012. – С. 226-228.

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА ОСНОВАНИИ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

ГРИДИНА Н.А.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В сфере физической культуры и спорта в Донецкой Народной Республике на данный момент отсутствует чёткий механизм сбора и обработки статистических данных, необходимых для анализа, оценки и прогнозирования государственной политики с целью обеспечения Министерства молодёжи, спорта и туризма и подведомственных ему учреждений и организаций своевременной предоставляемой, достоверной информацией для принятия научно-обоснованных решений и определения первоочередных задач, имеющих практическое значение.

Физическая культура и спорт (ФКиС) выступают одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики. Государственная политика в данном направлении набирает обороты, однако, не имея официальных общих показателей, невозможно проследить динамику и обосновать положительные тенденции, сравнив их с социально-экономическими показателями других отраслей.

В Донецкой Народной Республике статистическая отчётность развития сферы ФКиС отражена в документе «Сведения о физической культуре и спорте» Форма 2-ФК (годовая), утверждённом Приказом Министерства молодёжи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики от 23 декабря 2015 г. № 162. Данные за прошедший год, подаваемые в Главное управление

статистики Донецкой Народной Республики ежегодно, не позднее 25 февраля текущего года, содержат следующие разделы:

- I. Кадры;
- II. Спортивные сооружения;
- III. Финансирование физической культуры и спорта;
- IV. Развитие видов спорта;
- V. Физкультурно-оздоровительная и реабилитационная работа;
- VI. Информация о посещаемости учебных занятий по физической культуре в образовательных учреждениях;
- VII. Спортивное мастерство.

Сводный статистический отчёт предусматривает группировку показателей по учреждениям, спортивным обществам, ведомствам и другим спортивным организациям, осуществляющим свою деятельность в сфере ФКиС. Но из-за отсутствия в Министерстве молодёжи, спорта и туризма отдела учёта и статистики, сведения в отчёте могут быть недостоверными из-за отсутствия специалистов по мониторингу и контролю полученных показателей и, как следствие, проверок по предоставлению отчётной документации.

Например, в Российской Федерации проводится оценка и анализ динамики показателей развития ФКиС и макроэкономических (социально-экономических) показателей [1], обсуждается их взаимовлияние. Итогом проделанной работы является определение тенденций роста, спада либо застоя.

Российские учёные уделяют должное внимание анализу развития сферы ФКиС именно с точки зрения прогностической значимости статистических показателей. Работы посвящены действующим на сегодняшний день в Российской Федерации механизмам сбора и обработки статистических данных в системе Минспорта России, внедрённых для реализации единой государственной политики в сфере официального статистического учёта [2].

Полученная информация обрабатывается, выстраивается в соответствии с принципами системного анализа и в дальнейшем используется для принятия управленческих решений на всех уровнях власти [3].

Таким образом, государственным органам сферы ФКиС в Донецкой Народной Республике необходимо научно обосновать и определить механизм обработки информации, проследив динамику развития по следующим количественным и качественным показателям: численность занимающихся в спортивных клубах всех форм собственности, количество спортивных сооружений всех форм собственности, качественный показатель рационального использования спортивных сооружений, финансирование отрасли, обеспечение физкультурно-спортивными кадрами, имеющими профильное образование и т.д.

Опираясь на Закон ДНР «О государственной статистике», принятый Постановлением Народного Совета 13 марта 2015 года, со временем статистический учёт займёт лидирующие позиции в информационном обеспечении планирования и управления ФКиС.

Список использованных источников

1. Клендар В.А. Анализ динамики и взаимозависимости показателей развития физической культуры и спорта и макроэкономических показателей Российской Федерации / В.А. Клендар, В.М. Крылова // Вестник спортивной науки. – 2015. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-dinamiki-i-vzaimozavisimosti-pokazateley-razvitiya-fizicheskoy-kultury-i-sporta-i-makroekonomicheskikh-pokazateley-rossiyskoy>
2. Блохин С.А. Прогностическая значимость статистических показателей развития физической культуры и спорта в Российской Федерации / С.А. Блохин, В.А. Антонов, Р.Х. Халиуллин и др. // Учёные записки университета Лесгафта. – 2017. – № 12 (154). – С. 33-38.
3. Антонова С.А. Статистический анализ влияния социально-экономических факторов на развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации / С.А. Антонова // Научный журнал. – 2017. – № 6-1 (19). – С. 7-8.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

ДЕННИК М.С.,

преподаватель ГПОУ «Макеевский медицинский колледж»;

ТИХАНОВА К.Г.,

преподаватель ГПОУ «Макеевский медицинский колледж»

В настоящее время чрезвычайно высоки требования к качеству профессиональной подготовки студентов. Приоритетным направлением является воспитание студента как способной к саморазвитию личности, готовой к лидерству и успешному выполнению своей профессиональной деятельности.

Общество нуждается в компетентных и инициативных специалистах, способных самостоятельно принимать решения, брать на себя ответственность, чётко и грамотно выполнять поставленные задачи, преодолевать трудности, строить взаимоотношения с пациентами, коллегами, работать в команде.

Ведущей целью педагогического процесса является развитие личности студента, формирование у него лидерских качеств.

Лидерство (англ. lead, laed – путь) определяется как процесс влияния на других в направлении достижения определенной цели. Лидер (англ. leader – ведущий) – человек, способный влиять на других для проведения совместной деятельности, ориентированной на удовлетворение интересов того или иного сообщества. Лидер, таким образом, будучи членом группы, направляет её действия, побуждающий других участников к выполнению групповой задачи.

Феномен лидерства исследовали такие учёные, как Д. Майерс, В. Г. Крысько, Р. Л. Кричевский и др. Исследователи подчёркивают, что лидером может стать только тот, кто обладает определёнными личностными качествами: инициативностью, коммуникабельностью, целеустремлённостью, быстрой обучаемостью, чувством юмора, энтузиазмом, уверенностью, умением приспосабливаться к изменяющимся ситуациям и т. п.

Лидерские качества развиваются у студентов при наличии высокой профессиональной мотивации. Поэтому при обучении необходимо создать условия для её возникновения и развития.

Концептуальной основой формирования лидерских качеств является идея о том, что умения и навыки наиболее эффективно развиваются в ходе приобретения опыта с последующим его осмыслением и закреплением на практике.

Студенты-лидеры всегда первыми приступают к выполнению заданий, демонстрируют уверенность в себе, спокойны и заинтересованы.

В соответствии с требованиями к формированию необходимых компетенций будущих специалистов сестринского дела на практических занятиях целесообразно использовать практические кейсы. Теоретической базой для их создания является концептуальная модель В. Хендерсон, которая состоит из пяти этапов сестринского процесса. Кейсы должны быть максимально наглядными и детальными, поскольку ориентированы на приобретение практических профессиональных навыков.

Кейс-метод желательно применять на заключительном этапе занятий. Для экономии учебного времени кейс выдаётся студентам за несколько дней до занятия, предполагая формирование 2-х групп, лидеров которых студенты выбирают сами. Это должны быть хорошо адаптированные, эмоционально устойчивые, коммуникабельные и стремящиеся к победе обучающиеся. Лидер организует и контролирует работу в малой группе, готовит презентацию ответа, докладывает решение кейса, несёт ответственность за выполнение задания всей группы.

Таким образом, значение формирования лидерских качеств у будущих медицинских работников велико. Учебно-воспитательный процесс должен быть ориентирован на создание оптимальных педагогических условий для развития лидерства, способствующего творческому подходу к будущей

профессии, раскрытию потенциала каждого студента. Именно в процессе обучения наиболее полно раскрываются организаторские склонности некоторых студентов, их лидерские качества, необходимые для эффективного руководства коллективом.

Студенческому возрасту присущи характерные изменения в мотивационной сфере личности, её социальной активности. Студенты инициативны, стремятся к самостоятельности во многих общественных областях. Выбор технологий и методов обучения при этом велик, причём доля инновационных (активных) форм значительна. Формирование профессиональных качеств (в том числе лидерских) возможно только при практической направленности учебных действий: решение прикладных задач и ситуаций, направленных на развитие способностей мыслить, самостоятельно принимать решения, осваивать новый опыт.

Список использованных источников

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 376 с.
2. Кричевский Р.Л. Психология лидерства / Р.Л. Кричевский. – М.: Изд-во «Статут», 2007. – 541 с.
3. Руднева Т.И. Педагогика профессионализма / Т.И. Руднева. – Самара: Изд-во «Универс групп», 2008. – 216 с.
4. Санько А.М. Факторы эффективности самостоятельной работы студентов в вузе / А.М. Санько // Профессиональное образование: проблемы, подходы, новации: сб. науч. статей / под ред. Т.И. Рудневой. – Самара: Институт анализа экономики города и региона, 2014. – С. 80-85.

ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

ДОВГАНЬ А.С.,

*канд. гос. упр., доцент кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Развитие экономики часто ассоциируют с улучшением экономических или финансовых показателей. Однако условия труда и проживания населения могут оказать более весомое влияние. На сегодняшний день социальная инфраструктура на территории ДНР и Донецка в частности находится в состоянии стагнации, что приводит к повышению неудовлетворённости населения.

Инфраструктура обычно определяется как физическая структура объектов, посредством которых товары и услуги предоставляются населению. Его связи с экономикой многочисленны и сложны, так как они напрямую влияют на производство и потребление, создают положительные и отрицательные побочные эффекты и включают в себя большой приток расходов. Общеизвестным фактом является то, что наличие базовых инфраструктурных объектов и услуг, вытекающих из них, жизненно важны для экономического развития страны. Если они хорошо развиты, то они стимулируют экономическое развитие, но если они недостаточны, они оказываются препятствиями в процессе роста.

Подкомитет по полномочиям Комитета по инфраструктуре на своих заседаниях, состоявшихся 11 января 2008 года и 2 апреля 2008 года под председательством заместителя председателя Комиссии по планированию, включил следующее в широкое определение инфраструктуры [1]: электричество; нетрадиционная энергия; водоснабжение и санитария и уличное освещение; телекоммуникации; дороги и мосты; порты; внутренние водные пути; аэропорты; железные дороги; ирригация; хранение; нефтегазопроводные сети.

Инфраструктура в целом классифицируется как экономическая, социальная и институциональная инфраструктуры [2].

Под экономической инфраструктурой понимаются все такие элементы экономических изменений (как энергетика, транспорт и связь), которые служат основой для экономического роста. Обильная доступность энергоснабжения ускорит темпы производственной деятельности; многочисленные транспортные средства облегчили бы перемещение товаров от производителей к потребителям; большое количество средств коммуникации облегчили бы маркетинг и так далее и тому подобное.

Социальная инфраструктура относится к основным элементам социальных изменений (таким, как школы, колледжи, больницы и дома престарелых), которые служат основой для процесса социального развития страны. Социальное развитие сосредоточено на развитии человеческих ресурсов, что подразумевает развитие квалифицированных кадров, а также здоровых и эффективных людей.

Институциональная инфраструктура может рассматриваться как реальная реализация норм в «институциональной основе» рыночной экономики. Институциональная инфраструктура, на которую возложена функция социальной интеграции ценностей, является объектом экономической и правовой политики.

Социальные факторы устойчивости экономического роста часто игнорируются в научных кругах. Исследователи вместо этого сосредотачиваются на более осязаемых переменных, пытаясь смоделировать экономический рост, используя чисто экономические переменные и

пренебрегая социальными факторами. Социальный капитал как стратегический ресурс может оказывать измеримое и долгосрочное влияние на рост нации и её экономическое развитие.

Другие модели социальной инфраструктуры были ориентированы на более практичный состав этой расширяющейся сети. Они подчеркнули такие факторы, как прогресс в транспорте и модели перемещения населения. М. Портер, например, предполагает, что устойчивое улучшение как сельского, так и городского транспорта сигнализирует о прогрессе в развитии в африканских странах. В частности, автор утверждает, что экономический спад 1980-х и 1990-х годов в африканских странах усугублялся плохим состоянием дорог, транспорта и слабой инфраструктурой. Ухудшение транспортной инфраструктуры обусловит снижение эффективности транспорта для обмена товарами и услугами, что приведёт к нисходящей спирали в коммерческой деятельности [4].

М. Портер утверждает, что одним из методов обеспечения устойчивого экономического развития является стимулирование «расширения» национальной экономики посредством создания и развития социальных институтов.

Таким образом, фокусируясь на неравенстве в социальном развитии и ограничениях, налагаемых на развитие и устойчивость инфраструктуры, исследованные учёными факты демонстрируют, как следствием ограничительного социального развития в конечном итоге является ухудшение экономического роста.

Список использованных источников

1. Parliamentary business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.parliament.uk/hlscience>
2. SDG 9: Industry, Innovation And Infrastructure [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://in.one.un.org/page/sustainable-development-goals/sdg-9/>
3. Select Committee on Science and Technology. 2nd Report of Session 2013-14 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://publications.parliament.uk/pa/ld201314/ldselect/ldsctech/76/76.pdf>
4. International Journal of Critical Infrastructure Protection [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/journal/international-journal-of-critical-infrastructure-protection/articles-inpress>

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ЕЛИСТРАТОВ Н.С.,

*аспирант кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В связи с ведением боевых действий на территории нашего государства, и экономической блокадой Украиной пищевая отрасль Донецкой Народной Республики оказалась в затруднительном положении. Имело место существенное снижение объёмов производства продуктов питания, наряду с объёмом реальных доходов граждан. В частности, объём реализации продукции анализируемой отрасли промышленности в 2015 году в сопоставлении с 2013 годом уменьшился более чем в 6 раз. Но установленный вектор на возрождение деятельности простаивающих и открытие новых предприятий вместе с политикой импортозамещения сформировали благоприятные условия для стремительного развития Республиканского рынка продуктов питания в дальнейшие годы.

Так, пищевая промышленность стала одной из наиболее динамично развивающихся отраслей отечественно перерабатывающей промышленности. Отставание в объёмах реализованной продукции организациями пищевой промышленности 2013 года в сопоставлении с последующими годами постепенно уменьшается, в частности в 2016 году отставание отмечалось на уровне 3,5 раз, в следующем году – в 2,8 раза меньше, а уже в прошлом году – в 2,2 раза меньше.

Сегодня состоянию пищевой промышленности ДНР всё ещё свойственно наличие нерешённых проблем, узких мест, которые препятствуют развитию её конкурентного потенциала. В настоящее время лишь отдельные крупные организации имеют реальный конкурентный потенциал, который позволяет им достигнуть устойчивого стратегического развития.

Приведенные обстоятельства определяют дальнейшие направления совершенствования анализируемого сектора экономики. Сложившаяся кризисная ситуация определяет потребность вырабатывания альтернатив в стратегическом развитии пищевой промышленности, промышленного комплекса в целом, разработки совершенно новых механизмов повышения результативности системы стратегического управления пищевой промышленности.

Пищевая промышленность ДНР имеет существенный потенциал для будущего развития и повышения уровня обеспечения продовольственной безопасности. Наряду с этим имеется ряд задач, которые нуждаются в

комплексном подходе как со стороны органов государственной власти, так и производителей.

Необходимо принимать во внимание, что при имеющемся повышении объёмов производства, потенциал анализируемой отрасли промышленности находится в полной зависимости от уровня развития сельского хозяйства Республики и повышения уровня платёжеспособности граждан ДНР. В частности, отмечается ситуация, когда доля выращенной сельскохозяйственной продукции пропадает из-за нехватки оборудования для её сбора и транспортировки, отсутствия требуемого складского и холодильного оборудования, а также фактических мощностей для её переработки в установленный срок. Следовательно, первостепенной задачей выступает достижение такого уровня развития пищевой промышленности, при котором будет иметься требуемый запас суточной мощности, позволяющий перерабатывать весь объём поставляемой продукции в любой период времени.

Помимо указанного, для сбалансированного развития стратегического управления пищевой промышленностью необходимо использование профильного подхода к финансированию, заключающегося в финансировании различных подотраслей в определённой пропорции, которая бы принимала во внимание текущее положение подотраслей, прогноз изменения потребления, капиталоемкость подотраслей и потребность развития собственного производства.

В анализируемой отрасли промышленности для повышения эффективности стратегического управления требуется произвести структурные изменения в зависимости от научно-технологического прогресса и постоянно совершенствующихся требований рынка и конкуренции.

В свою очередь, необходимо отметить, что сегодня стратегическое развитие управления предприятиями пищевой промышленности затруднено особенностями политического статуса территории. В свою очередь, разорванные экономические связи, спровоцированные блокадой украинскими властями, также препятствуют полноценному стратегическому управлению пищевой промышленности в Республике.

Практическое применение указанных мероприятий будет способствовать постепенному выходу на более высокий уровень управления пищевой промышленностью, позволит сформировать единую политику, направленную на обеспечение продовольственной безопасности в Республике.

Таким образом, необходимо дальнейшее восстановление и открытие новых предприятий пищевой промышленности в ДНР, что будет способствовать появлению новых рабочих мест, снижению уровня безработицы, повышению конкуренции и понижению стоимости продукции анализируемой отрасли промышленности. В будущей перспективе

сбалансированное развитие пищевой отрасли позволит задействовать все имеющиеся мощности предприятий отрасли.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что сегодня в Донецкой Народной Республике имеется потенциал повышения эффективности стратегического управления пищевой промышленности, который необходимо использовать для повышения благосостояния Республики в целом, и её граждан в частности.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

ЕПИШЕНКОВА А.А.,

канд. гос. упр., доцент,

доцент кафедры менеджмента в производственной сфере

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»;

ХАРЧЕНКО В.В.,

канд. экон. наук, проректор по международным связям

и воспитательной работе

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»

Текущие реалии развития мировой экономической системы определяют высокий уровень изменчивости и неопределённости условий развития внешней и внутренней среды функционирования современных организаций, которые объективно призваны решать двудеятельную задачу достижения поставленных стратегических целей и адаптации способов их достижения к изменению окружающей среды. Организационные изменения, как неотъемлемая черта современного бизнеса, определяются необходимостью своевременных и адекватных ситуации трансформаций. Только «бизнес со скоростью мысли» способствует успешному и продолжительному функционированию любой организации новой реальности хозяйствования.

Технологические системы составляют базис предприятий и учреждений, только в промышленности основной приоритет внимания сконцентрирован на производственных процессах, а в государственных учреждениях на системе поддержки принимаемых управленческих решений. Важность учёта влияния специфики технологических систем при разработке программ организационного развития определяется, в первую очередь, тем, что они обеспечивают стабильность функционирования объекта управления

и задают определяющие параметры формируемых ценностей, а, следовательно, и потенциальных результатов деятельности предприятий и учреждений.

Действующая парадигма перехода от индустриальных предприятий к интеллектуальным существенно трансформировала отношение к технологической составляющей функционирования субъекта управления. Внедрение новых технологий активно прогрессирует, но значительное внимание уделяется росту неосязаемых ценностей, капитализация которых в структуре современного бизнеса составляет более 90%, для сравнения, в 1978 г. составляла чуть более 5%. Подобная динамика обусловила концентрацию внимания на изменениях информационной инфраструктуры технологических систем, довлеющих к методологии ITSM (IT Service Management), направленной на достижение такого состояния организации, в котором имеющиеся объекты управления находятся под контролем и готовы к адекватной реакции на управляющие воздействия.

Тем самым, в основе современных подходов к развитию технологических систем лежит возможность контроля текущего состояния всех систем организации и их компонентов, что, в свою очередь, может непосредственно определять параметры качества управления как промышленного предприятия, так и государственного учреждения. На предприятиях приоритет организационного развития технологической системы будет отдан экономическим результатам и уровнем достижений НТП, реализованных в определённой отрасли промышленности, а для государственных учреждений в приоритете информационная инфраструктура сложившейся технологической системы поддержки принимаемых управленческих решений. Технологическую систему организации составляет комплекс технологических систем операций, процессов, систем подразделений и предприятия в целом, которые обеспечивают стабильное функционирование, что, в свою очередь, определяет необходимость учёта влияния программируемых организационных изменений на этот комплекс технологических систем.

Стратегические изменения, разрабатываемые в программе организационного развития, задействуют все уровни управления и системы предприятий и учреждений, и предполагают изменения технологий и процедур. Это обязывает подобные программные документы включать комплекс мер по адаптации технологических систем в контексте организационного развития к новому качественному состоянию субъекта управления, разрешая и предупреждая конфликты целей отдельных элементов с целями всей системы. Поскольку технологическая система организации наиболее тесно связана с использованием ресурсного потенциала, то трансформации в технологических системах наиболее остро имеют отражение в уровне безопасности учреждений и организаций.

Управление изменениями, реализующими программы организационного развития, должно учитывать необходимость стратегического технологического переоснащения систем, призванного обеспечить высокий научно-технический уровень производства, тем самым создавая предпосылки для подъёма экономики региона и реализации программ социально-экономического развития, актуальных в условиях повторяющихся экономических кризисов.

Современный уровень развития управленческих концепций предполагает обязательный синтез подходов к организационному развитию, основанных на взаимопроникновении влияния развития социальной и технологической подсистем предприятий и учреждений, поскольку социальная подсистема может являться основным источником сопротивления организационным изменениям, а технологическая подсистема обеспечивает результативность бизнес-процессов и может радикально изменить традиционные виды деятельности предприятий и учреждений. Тем самым развитие технологических систем организации создала предпосылки создания моделей преобразования бизнеса, синтезирующих подходы организационного развития и реинжиниринга организационных процессов, что в свою очередь спровоцировало необходимость улучшения инструментария исследований в менеджменте, тем самым укрепив взаимосвязь развития методологии исследования и практики менеджмента.

РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ЕРАШОВ В.В.,

*преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Занимая в историческом и социально-демографическом смысле «связующее положение» между государством, работодателями и работниками предприятий, организаций, сфера физической культуры и спорта всё больше превращается в активный центр формирования здорового образа жизни населения, социальной стратегии, развития экономики. Проблема эффективного развития сферы физической культуры и спорта имеет актуальное и самостоятельное значение для Донецкой Народной Республики.

В исторической практике общий процесс развития проявляет себя через отдельные единичные объекты. Поэтому на данном этапе среди физкультурно-спортивных организаций Донецкой Народной Республики отдельные структуры первыми примут на себя роль социальной,

организационной и экономической инновации, другие последуют опыт первых.

Постоянное развитие рыночной экономики имеет определённые социальные ориентиры, направленные на качество жизнедеятельности населения, воспитание человека, моральную чистоту и физическое совершенство через формирование потребности в ведении здорового образа жизни.

Организационная, управленческая и экономическая деятельность в сфере физической культуры и спорта направлена на удовлетворение растущих потребностей населения в физкультурно-оздоровительных услугах высокого качества, способствующие развитию человеческого потенциала, внедрению российской системы ценностей и развития сферы физической культуры и спорта в Республике [1, 2].

Обобщая состояние существующей теории и практики менеджмента сферы физической культуры и спорта, предлагаем следующий подход к решению этой проблемы:

- комплексная оценка ресурсного потенциала органов республиканского управления физической культурой и спортом;
- анализ организационного механизма республиканского управления физической культурой и спортом на основе методики менеджмент-аудита с целью оптимизации организационной структуры;
- разработка форм и методов реализации социально-рыночной политики в сфере физической культуры и спорта в Республике путём использования баланса интересов производителя физкультурно-оздоровительных услуг, региональной власти, населения и конкурентов;
- определение специфических отраслевых, региональных и инновационных характеристик сферы физической культуры и спорта, в том числе: ориентиры развития конкурентной среды в ДНР, степень коммерческого влияния конкурентов на ценообразование в сфере физической культуры и спорта, разработка системы действенного мониторинга;
- разработка практических рекомендаций по совершенствованию систем менеджмента и маркетинга физкультурно-спортивных организаций различных форм собственности;
- разработка рекомендаций по формированию системы внутренних и внешних коммуникаций региональных физкультурно-спортивных организаций.

Целесообразность формирования подходов к стратегическому развитию подтверждается следующими факторами изменения спроса на физкультурно-спортивные услуги в Донецкой Народной Республике в ближайшие пять лет:

1. Рост интереса населения к здоровому образу жизни;
2. Рост благосостояния основной массы населения равна темпам роста экономики.

Основными элементами Стратегии, во многом определяющими на долгосрочную перспективу развитие физической культуры и спорта в Донецкой Народной Республике, станет обеспечение инновационного характера создания и развития инфраструктуры отрасли, совершенствование финансового, кадрового и пропагандистского обеспечения физкультурно-спортивной деятельности. Основой формирования стратегического управления развития сферы физической культуры и спорта являются условия функционирования данной сферы в рыночных отношениях её субъектов.

Заключительной целью всех этих преобразований является вклад физической культуры и спорта в развитие человеческого потенциала нашей Республики в сохранение и укрепление здоровья нации, воспитание молодого поколения.

Список использованных источников

1. Гуляев М.Д. Определение физического развития и функционального состояния различных групп населения: методические рекомендации / М.Д. Гуляев, С.П. Винокурова, Г.Г. Дранаева. – Якутск, ЯГУ, 2006. – 39 с.
2. Починкин А.В. Экономика физической культуры и спорта: монография / А.В. Починкин, С.Г. Сейранов. – М.: Советский спорт, 2011. – 328 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ИСПОЛНЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

ЖАДАН А.В.,

канд. техн. наук, профессор,

заведующий кафедрой менеджмента в производственной сфере

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

Решение – это основной продукт деятельности руководителя (менеджера). Управленческие решения являются частью процесса управления и охватывают всю управленческую деятельность – от момента формулировки цели до момента её реализации [1].

Как известно, управленческое решение представляет собой выбор определённой альтернативы, который осуществляется руководителем в рамках его должностных компетенций и полномочий. Он направлен на достижение целей организации. От эффективности принятых и реализованных управленческих решений зависит успех деятельности организации [1].

После того, как управленческое решение принято, его необходимо выполнить. При этом важно отметить, что для исполнения управленческого

решения должны быть созданы (выделены) определённые ресурсы – материальные, кадровые, организационные и др.

Как отмечается в специальной литературе, например в [2], процесс организации исполнения управленческих решений содержит три этапа: донесение задач до исполнителей; их подготовка к выполнению задания; мотивация исполнителей к его выполнению качественно и в заданные сроки.

Из изложенного можно сделать вывод о том, что принятие, подготовка к исполнению и исполнение управленческого решения – это процесс, причём процесс довольно сложный. В специальной литературе подробно изложены методы и формы его реализации.

Попробуем рассмотреть этот вопрос с другой стороны, а именно с точки зрения управления качеством. Т.е. принятие, подготовка к исполнению и исполнение управленческого решения должны быть выполнены *качественно*.

Согласно ГОСТ Р ИСО 9000-2015 [3], *качество* – это степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям. При этом объектом управления качеством выступает процесс принятия, подготовки к исполнению и исполнения управленческого решения.

Приведенный выше стандарт определяет *менеджмент качества* как менеджмент применительно к качеству. Составными частями, кроме прочих, в него входят:

- *управление качеством* – часть менеджмента качества, направленная на выполнение требований к качеству;
- *обеспечение качества* – часть менеджмента качества, направленная на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены.

Было неправильно считать, что обеспечение качества и управление качеством заменяют друг друга.

Управление качеством включает в свой состав действия оперативного характера, которые направлены и на мониторинг процессов и на устранение причин неудовлетворительного выполнения деятельности на всех этапах жизненного цикла продукции (ЖЦП). Обеспечение же качества имеет предупредительный характер. Это система, разработанная для управления деятельностью на всех этапах ЖЦП.

Следовательно, обеспечение качества процесса принятия, подготовки к исполнению и исполнения управленческого решения должны содержать комплекс заранее разработанных мероприятий, реализуемых на всех стадиях ЖЦП с целью достижения запланированной цели. Разработка таких мероприятий, программы обеспечения качества (ПОК) призвана минимизировать действия оперативного характера, реализуемого в процессе управления качеством.

Разработка (ПОК) – масштабный и трудоёмкий процесс. При его планировании необходимо предусмотреть выполнение большого количества мероприятий, которые в общем случае могут выполняться различными

организациями и учесть большое количество факторов.

Следовательно, планирование мероприятий при разработке программы обеспечения качества должно выполняться системно.

Чтобы не запутаться в этом многообразии и избежать возможных ошибок при определении состава мероприятий во время разработки программы обеспечения качества предлагается воспользоваться подходом, который предложен в [1].

Сущность подхода заключается в разработке матрицы (см. табл. 1), в которой совмещены: стадии ЖЦП; функции менеджмента, которые необходимо реализовать на той или иной стадии ЖЦП; методы управления качеством, которые могут быть использованы при реализации той или иной функции менеджмента.

Разработка матрицы для определения состава мероприятий при разработке ПОК заключается в установлении мероприятий по всем 11 стадиям жизненного цикла продукции. В табл. 1 они отражены частично. Полный состав этапов рассмотрен в [4]. При этом мероприятия для удобства группируются по функциям менеджмента.

Для каждой функции менеджмента на соответствующей стадии ЖЦП планируются мероприятия, отвечающие текущей необходимости, и которые реализуются с помощью определённых методов управления качеством. В матрице, например, отражён неполный состав этих методов. Более подробно их состав и содержание рассмотрены в [4].

Таблица 1

Матрица для определения состава мероприятий при разработке программы обеспечения качества

Стадии жизненного цикла продукции	Функции менеджмента	Методы управления качеством				Ответствен ный, срок и результат выпол- нения
		Адми- нист- ратив- ные	Эконо- мичес- кие	...	Моти- вацион ные	
1. Маркетинг, поиск, изучение рынка	Планирование	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Организация	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Контроль	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Мотивация	M№...	M№...	M№...	M№...	
N.	Планирование	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Организация	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Контроль	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Мотивация	M№...	M№...	M№...	M№...	
11. Утилиза ция после использования	Планирование	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Организация	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Контроль	M№...	M№...	M№...	M№...	
	Мотивация	M№...	M№...	M№...	M№...	

Примечание – M№... – мероприятие №.

Использование такой матрицы позволяет подойти к процессу

обеспечения качества системно и избежать ошибок при выполнении процесса принятия, подготовки к исполнению и исполнения управленческого решения.

Список использованных источников

1. Управленческие решения, сущность, классификация, значение. Требования, предъявляемые к управленческим решениям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://textbooks.studio/uchebnik-menedjment/upravlencheskie-resheniya-suschnost.html>
2. Максимова М.В. Организация исполнения управленческого решения / М.В. Максимова // Молодой учёный. – 2015. – № 13. – С. 516-518 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/93/20754/>
3. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь – М.: Стандартинформ, 2015. – 49 с.
4. Жадан О.В. Управління якістю: навчальний посібник. / О.В. Жадан, А.В. Кретьова. – Донецьк: Технопарк, 2011. – 184 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

КАЛАШНИКОВА И.В.,

*старший преподаватель кафедры административного права
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Одним из вопросов, имеющих наибольшее значение при организации предоставления платных медицинских услуг государственными учреждениями здравоохранения, является порядок установления цен. Регулирование вопросов ценообразования осуществляется не только путем установления цен, но и такими способами, как утверждение методики ценообразования, определение уровня рентабельности, разработки методических рекомендаций и др.

Выбор правильного подхода к определению оптимальной цены на платные медицинские услуги является одним из важнейших условий эффективной работы учреждений здравоохранения. При определении цены необходимо учитывать как интересы и возможности потребителей, так и экономический эффект для медучреждения, поскольку полученный доход является источником развития, внедрения новых технологий, улучшения условий труда медицинского персонала. Обобщая вышеизложенное, можно определить цену на медицинскую услугу как денежную форму учета и

возмещения материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов, использованных на производство единицы услуги, обеспечения получения прибыли учреждением здравоохранения, а также возможности максимальному количеству потенциальных потребителей приобрести эти услуги.

На формирование цены на медицинские услуги влияют как внутренние факторы – себестоимость, стремление к максимизации прибыли, так и внешние – цены поставщиков, государственное регулирование и социальная политика государства. Способы снижения себестоимости за счет экономии материальных и трудовых затрат, характерные для других отраслей хозяйства, далеко не всегда приемлемы в здравоохранении, поскольку деятельность медучреждений направлена на достижение медицинского и социального результата. Кроме того, государственные учреждения здравоохранения должны реализовывать государственную политику по всеобщности и доступности здравоохранения, что сводит к минимуму манипулирование спросом и предложением через изменение цены в сторону повышения. То есть, традиционные рычаги влияния на цену, используемые на рынке массовых товаров и услуг, не могут применяться без серьезных ограничений на рынке медицинских услуг.

В теории ценообразования выделяют несколько основных методов определения базовой цены, но самым распространенным методом в ценообразовании в общем и в здравоохранении в частности является затратный метод. Суть этого метода состоит в определении цены на услугу на основе учета полных затрат ресурсов на единицу услуги плюс определенный фиксированный процент прибыли.

Методология и практика ценообразования предполагает в обязательном порядке учитывать следующие факторы:

- сегмент рынка, который занимает медицинское учреждение;
- конкурентоспособность как самого учреждения здравоохранения, так и предоставляемых им услуг;
- качество предоставляемых услуг;
- затраты ресурсов на производство и реализацию услуг;
- планируемая прибыль;
- уровень потребления услуг;
- цены на аналогичные услуги и услуги-заменители;
- изменение покупательской способности денег;
- изменение темпов инфляции.

Установление оптимальной цены на медицинские услуги имеет прямое влияние на производственно-сбытовую деятельность учреждений здравоохранения, обуславливая результат их деятельности.

Система ценообразования на платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения, помимо традиционных

способов расчета себестоимости и калькулирования затрат, должна включать маркетинговые показатели, характеризующие потребность и платежеспособность населения, финансовые возможности самого учреждения, обеспечивать гибкую систему цен на основании их моделирования в соответствии с видами услуг и способами финансирования самих учреждений.

ТУРИСТСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

КИРИЕНКО О.Э.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры туризма
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Туризм – одна из динамично развивающихся отраслей экономики во многих странах мира. По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) число туристов во всём мире в 2018 году превысило 1,4 млрд человек, что на 6% больше, чем в 2017 году, а в 2017 году число туристских поездок было совершено на 7% больше, чем годом ранее [1].

Состояние и развитие туризма зависит от множества факторов, особое место среди них занимает туристская инфраструктура. Важность туристской инфраструктуры в формировании и функционировании рынка туристских услуг объясняется тем, что «при прочих равных условиях более высокий уровень развития инфраструктуры не только в стране, но и в каждом регионе предопределяет предпочтительность размещения новых туристских объектов» [2]. Туристская инфраструктура способствует развитию отрасли, созданию дополнительных рабочих мест и, как следствие, её развитие обуславливает улучшение качества жизни населения региона, способно «предотвратить миграцию и повысить уровень демографии» [3].

При изучении роли туристской инфраструктуры, оценки её состояния и определении перспектив развития туризма важно разграничивать понятия «туристская инфраструктура» и «туристская индустрия». Одни авторы отождествляют их сущность и содержание, другие разграничивают, но при этом имеют свою точку зрения, иногда существенно отличающуюся от других. Действительно, между этими понятиями очень тонкая грань, ведь, например, гостиница – это предприятие туристской индустрии и в то же время туристская инфраструктура – средство размещения.

В Законе о туристской деятельности Российской Федерации определения туристской инфраструктуры нет, в ДНР и вовсе пока отсутствует Закон, регламентирующий деятельность туристского рынка и туристских предприятий. Однако туризм, как и любая другая отрасль

хозяйства, должен иметь и имеет отраслевую (туристскую) инфраструктуру. Понимание сущности и элементного состава туристской инфраструктуры – необходимое условие для формирования и успешной реализации региональной политики её развития.

Итак, что же такое «туристская инфраструктура»? Д.Ф. Василиха, например, под региональной инфраструктурой туризма понимает «совокупность материальных объектов, являющихся носителями различных материальных и нематериальных свойств, которые обеспечивают максимально возможную количественную и качественную реализацию целей туристов при определённых пространственно-временных параметрах (в конкретном месте и в конкретное время)» [4].

Как совокупность материальных объектов рассматривает туристскую инфраструктуру и А.Л. Косманев, подразумевая под ней «комплекс сооружений, сетей и предприятий для обслуживания туристов и обеспечения функционирования туристско-рекреационной сферы» [5].

Комплексный состав туристской инфраструктуры предложен в работе Э.А. Новиковой [6], автор выделяет два вида составляющих её компонентов: средства размещения и сопутствующая инфраструктура (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений и др.). А.Л. Косманев добавляет базовые объекты инфраструктуры, к которым относит аэропорты, железнодорожные вокзалы, коммуникации и др.

Очевидно, что туристская инфраструктура является частью региональной инфраструктуры. Именно на этом акцентируют свое внимание Р.Ю. Стыцюк и О.А. Артемьева, добавляя, что это та её часть, «назначение которой состоит в том, чтобы обеспечить функционирование рынка туруслуг на соответствующей территории» [2]. Она является частью социальной инфраструктуры, когда речь идёт о медицинских, образовательных учреждениях; производственной, к которой относят объекты, обслуживающие предприятия туристской индустрии (транспортные, водо-, энергоснабжения, теплосети и др.).

Среди проблем, сдерживающих развитие туристской инфраструктуры, и как следствие туристической отрасли, следует выделить такие: недостаточное развитие объектов производственной инфраструктуры вследствие высоких издержек на их строительство; износ имеющихся основных фондов туристской инфраструктуры; низкая инвестиционная активность в отрасли; отсутствие действенных механизмов государственного стимулирования инвестиций в развитие туристской инфраструктуры; неэффективность или отсутствие механизмов государственно-частного партнёрства; несистемный характер осуществляемых мероприятий в отрасли.

Решение указанных проблем позволит совершенствовать туристскую инфраструктуру, развивая туризм, увеличивая туристские потоки и, как следствие, будет способствовать развитию смежных отраслей экономики.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Всемирной туристской организации ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unwto.org>
2. Стыцюк Р.Ю. Туристская инфраструктура как основа функционирования рынка туристских услуг / Р.Ю. Стыцюк, О.А. Артемьева // Международный экономический форум, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2012/1900.htm>
3. Алгафри М.А. Туристическая отрасль в России / М.А. Алгафри, М.А. Мохаммад // Молодой учёный. – 2016. – № 11. – С. 593-595.
4. Василиха Д.Ф. Стратегическое управление развитием региональной инфраструктуры туризма: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Д.Ф. Василиха. – СПб, 2012. – 19 с.
5. Косманев А.Л. Туристская инфраструктура в региональных исследованиях / А.Л. Косманев // Вестник ВГУ. – 2012. – № 2. – С. 5-12.
6. Новикова Э.А. Инновации в сфере туризма / Э.А. Новикова // Научный потенциал студенчества в XXI веке: материалы IV Междунар. науч. конф. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2010. – Т. 3. – 592 с.

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

КИРЬЯКОВА В.В.,

канд. наук гос. упр., преподаватель

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

Донецкая Народная Республика, имея статус непризнанного государства, сталкивается с рядом как внешних, так и внутренних проблем. Несмотря на это, рекламная деятельность в Республике обладает потенциалом для развития экономики, малого бизнеса и в то же время реализации важнейших социальных задач.

Реклама всегда имеет посредническую суть и коммуникативное содержание, соединяя рекламодателя (продавца) и потенциального потребителя путем рекламного обращения, которое является видом коммуникации [1].

Чаще всего понятия «реклама» и «рекламная деятельность» рассматриваются как тождественные между собой.

При рассмотрении различных научных взглядов на рекламную деятельность можно сделать вывод, что понятие «реклама» является базовым, а «рекламная деятельность» – производным от него.

Реклама является и составляющей частью современного бизнеса и бизнесом, сферой предпринимательства одновременно. Самым распространенным подходом к рекламе является взгляд на неё, как на одну из важнейших форм коммуникации в предпринимательской деятельности. Так же реклама является функцией, совокупностью процессов продвижения товаров и услуг. И еще реклама является важнейшей составляющей интегрированных маркетинговых коммуникаций наряду с прямым маркетингом, связями с общественностью, сейлз промоушн, бренд-коммуникациями и пр. Также важнейшей функцией рекламы является обслуживание социальных процессов в обществе. Современная реклама постепенно трансформировалась в институциональную структуру, охватывающую множество сфер общественной жизни. В реалиях Донецкой Народной Республики эта функция рекламы обретает особую актуальность. Потенциал рекламы реализуется в качестве социального института, когда государство является и потребителем рекламы, и ее основным заказчиком.

Республика несёт ущерб не только от военных разрушений, но и от разрушения сложившихся экономических связей по источникам сырья, рынкам сбыта и прочего. Однако даже с учетом этого ущерба ДНР имеет значительный промышленный потенциал – при условии инвестирования в реальный сектор экономики. Соответственно, экономика ДНР имеет реальный шанс развиваться. Это касается и рекламной деятельности, которая сама является сектором экономики и в то же время способствует развитию различных рынков.

Важнейшим этапом развития рекламной деятельности в ДНР стало принятие в декабре 2017 г. Народным Советом ДНР Закона о рекламе, который призван регулировать правоотношения в сфере рекламы и определять необходимые условия для производства, распространения, размещения и использования рекламы, а также товары и услуги, реклама которых не допускается. Закон предусматривает государственный контроль соблюдения и ответственность за нарушения законодательства о рекламе с учётом специфики и особенностей существующего состояния рекламного рынка и содержит механизмы противодействия ненадлежащей рекламе. Надзорными органами согласно Закону выступают Министерство информации и Республиканская антимонопольная служба. В Законе предусмотрены нормы, в которых подробно прописаны требования к наружной рекламе, определен порядок получения разрешения на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, порядок их демонтажа при наличии нарушений, нормы, регулирующие порядок размещения рекламных средств на автомобильных дорогах, а также нормы, регулирующие особенности иных способов распространения рекламы [2].

В идеале Закон о рекламе должен урегулировать или хотя бы сгладить противоречия, существующие между субъектами рекламной

деятельности в Республике, учитывая интересы государственного сектора и сектора частного предпринимательства, потребителей и производителей рекламы. Также законодательная база должна создавать условия для развития экономики государства, в частности, малого и среднего бизнеса. В целом принятие Закона явилось первым шагом к реализации потенциала рекламной деятельности в Республике.

Закон о рекламе ДНР опирается на аналогичные законы Российской Федерации и Украины. Рекламное законодательство всегда основывается на Конституции государства. Помимо этого, оно лимитировано влиянием иных законов, в частности, Налогового, Гражданского, Хозяйственного кодексов, нормативно-правовых актов, международных договоров, ратифицированных в порядке, предусмотренном законодательством.

В узком смысле рекламное законодательство состоит из нормативно-правовых актов, регламентирующих собственно рекламные отношения, сферу деятельности физических лиц, предпринимателей и юридических лиц, которые являются участниками рекламного процесса.

Закон о рекламе является комплексным, так как направлен на регулирование совокупности отношений, связанных с рекламной деятельностью.

Однако на практике Закон имеет ряд спорных аспектов, которые требуют разъяснения и доработки.

Так, в Законе прописано, что средство наружной рекламы должно использоваться под социальную рекламу, но может ли оно быть использовано для размещения коммерческой рекламы, не уточняется. Также не прописан порядок работы комиссии по вопросам размещения наружной рекламы, отсутствуют правовые нормы, определяющие правовой статус уже существующих рекламных конструкций, которые были установлены до провозглашения Донецкой Народной Республики и были зарегистрированы в Министерстве информации ДНР, не разработан механизм переоформления таких средств наружной рекламы, а установлен порядок получения разрешений только на новые рекламоносители. Имеется еще ряд спорных моментов, которые требуют разъяснения и доработки.

Вывод: рекламная деятельность является одновременно формой бизнеса и инструментом его ведения. Также в современном информационном обществе реклама обрела формы институциональной структуры, которая охватывает почти все сферы общественной жизни. Несмотря на экономические трудности и значительный ущерб, нанесенный ДНР в ходе военных действий, рекламная деятельность в Республике имеет потенциал для способствования развитию экономики, частного предпринимательства и одновременного выполнения важнейших социальных функций. Значимым этапом развития рекламной деятельности явилось принятие Закона ДНР о

рекламе. Несмотря на то, что нормативно-правовая база является несовершенной и требует внесения определенных коррективов, существует возможность формирования законодательства, максимально учитывающего специфику территории и обеспечивающего развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции.

Список использованных источников

1. Ромат Е.В. Государственное управление рекламной деятельностью в Украине (теоретико-методологический аспект): дис. ... д-ра наук по гос. упр.: 25.00.02 / Ромат Е.В. – К., 2004. – 416 с.
2. О рекламе: Закон ДНР от 22.12.2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatie/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-reklame/>

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

КИСЛАЯ Т.Н.,

канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры государственного управления и таможенного дела

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет

им. Тараса Шевченко

В условиях неопределённости повышаются требования к качеству разрабатываемых управленческих решений на мезоуровне. Эффективность аналитического этапа управленческой деятельности напрямую зависит от подбора соответствующего методологического инструментария.

Подход децентрализации процесса подготовки и принятия решений по социально-экономическому развитию территории состоит из того, что государство, оставаясь политически значимым органом, передаёт часть своих функций территориальным органам. Некоторые функции государства перекрываются возникающей горизонтальной системой власти, которая раздвигает государственные границы и связывает отдельные местности или регионы нескольких государств.

Методика исследования региональной экономической безопасности должна включать анализ уровня региональной экономической безопасности с учётом потенциала региона, тенденций и проблем размещения производительных сил, возможностей регулирования её формированием на региональном уровне. Сложившиеся тенденции в экономике требуют особого фундаментального научного, методологического осмысления. В свою очередь, сложность проблемы объективно требует применения

нетрадиционных логико-смысловых исследовательских приёмов, например, пространственный анализ и конструирование.

Также может использоваться иерархический анализ закономерностей функционирования многоуровневой системы как единого рыночного пространства; системы критериальных оценок иерархической территориальной структуры экономики региона; формализованное описание экономических условий и матричный подход. Следует констатировать, что пока отечественная исследовательско-методологическая практика бедна и очень слабо использует теоретическую базу. Это несоответствие связано с определённой инертностью развития методологического инструментария территориального анализа. Оценку экономической ситуации региона целесообразно начинать с анализа практики обеспечения экономической безопасности.

К основным методологическим инструментам анализа экономической безопасности региона, которые чаще всего используются на практике, относят статистический, экономический анализ, программно-целевое планирование и балансовый [1, 2].

Для разработки мероприятий по обеспечению экономической безопасности целесообразно использование метода программно-целевого планирования. Соответствующие оптимизационные задачи могут решаться методами математического программирования.

Для оценки динамики экономической безопасности региона целесообразно использовать следующие методы: сравнение основных мезоэкономических показателей с пороговыми значениями, которые могут устанавливаться в том числе и в пределах среднемировых; оценка темпов экономического роста региона по основным мезоэкономическими показателями в динамике их изменения; методы экспертной оценки, которые служат для описания количественных и качественных характеристик региона, который исследуется; метод анализа и обработки сценариев; методы оптимизации; игровые методы; методы нечётких систем, кластерный анализ; балльная система оценки; корреляционно-регрессивный анализ.

Исследовательская программа региона, методологической основой которой является концепция развития территориальных экономических систем, должна информационно, методологически обеспечивать процесс формирования и реализации региональной экономической политики. В качестве предмета исследования могут выступать тенденции и закономерности формирования способности региональной экономической системы противостоять угрозам экономической безопасности. Необходимо также учитывать связь экономики региона с другими региональными подсистемами: социальной, институциональной, демографической и прочее.

Для более точной и полной оценки региональной экономической безопасности эффективно комплексно использовать различные методы, что значительно улучшит уровень прогнозирования экономики и

предупреждения угроз. Выбор методологического инструментария напрямую зависит от условий проведения соответствующих исследований. Первым условием выступает востребованность качественной научной информации в области экономической безопасности на уровне регионального управления экономикой. Вторым условием выступает осведомлённость и профессиональный уровень исполнителей исследовательской работы. Для формирования рациональной системы экономических приёмов согласно принятых целей, исходных данных и требований к результатам исследования важную роль играет мониторинг показателей-индикаторов экономической безопасности региона.

Таким образом, методология анализа региональной экономической безопасности занимает особое место в рамках методологии исследования региона, и направлена на комплексное использование всех указанных и других методов, основными из которых являются следующие: статистические методы обработки динамических рядов, регрессионный и корреляционный анализ и обоснование целей. Только с их использованием можно получить системные, всеобъемлющие знания о процессе формирования региональной экономической безопасности отдельных хозяйствующих субъектов регионов и государства в целом.

Список использованных источников

1. Татаркин А.И. Формирование парадигмальной теории региональной экономики / А.И. Татаркин, Е.Г. Анимица // Экономика региона. – 2012. – № 3. – С. 11-21.
2. Экономика региона: структура, состояние, перспективы: монография / [И.В. Заблодская, О.В. Додонов, В.А. Горбунов и др.]; НАН Украины. Луганский филиал Института экономико-правовых исследований. – Луганск: изд-во «Ноулидж», 2010. – 248 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА ДОНБАССА КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЛОГИСТИКОЙ

КОМОВ А.Б.,

*канд. тех. наук, доцент, доцент кафедры автомобильного транспорта
Автодорожный институт*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»;

КОМОВ П.Б.,

*канд. тех. наук, доцент, доцент кафедры автомобильного транспорта
Автодорожный институт*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»;

ШЕРЕМЕТ В.А.,

*магистрант кафедры автомобильного транспорта
Автодорожный институт*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

«Цифровизация», «цифровая трансформация», «цифровые активы» и др. аналогичные термины представляют современное наполнение термина «электронная экономика», который впервые был сформулирован в 1995 г. [1]. В Российской Федерации (РФ) – это термины и определения её цифровой экономики. Они раскрыты в соответствующей Программе развития [2].

Цифровая экономика – очередной технологический уклад или качественный сигмоидальный (S-образный) скачок производительности общества, что в его истории связывают с появлением водяного колеса, паровой машины, электродвигателя и автомобильной промышленности – это подрывные инновации, чем сегодня являются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) [3]. Радикальное изменение технологий принято называть «промышленными революциями» [4].

Период 4-й промышленной революции, т.е. «умной автоматизации» (2015 г. – наши дни) – это глобализация ИКТ и кибер-физических систем. В дорожно-транспортном комплексе (ДТК) этот период отражают геоинформационные системы (ГИС). Их технологии зародились в начале 3-й «революции компьютеров», т.е. «электронной автоматизации» (1954 г.), а сегодня ГИС получили распространение практически во всех сферах современной деятельности человека, где общедоступным примером являются модели и методы, реализованные в автомобильных навигаторах – это транспортные модели сетей дорог и методы сетевого анализа [5].

Новое развитие ИКТ в отечественном ДТК определено Распоряжением Президента РФ от 18.05.2017 г. №163-рп. Документ исходит из общей задачи, согласно стандартам ISO 9000, качества сложных организационно-технических систем (техники, компьютерных сетей, др. проектов) на

протяжении их жизненного цикла (ЖЦ), где реализация этой задачи связана с понятиями:

- технология управления ЖЦ изделий (англ. *Product Lifecycle Management — PLM*);

- принцип, поддерживающий ЖЦ изделий (англ. *Continuous Acquisition and Lifecycle Support – CALS*).

- концепция высокоскоростной коммерции (англ. *Commerce At Light Speed – CALS*), что основано на электронном бизнесе (коммерции) и призвано сократить затраты на поддержку всего ЖЦ изделий и, в том числе, затраты на их безопасность на всех пост производственных стадиях.

Термин «изделие», в приведенных выше формулировках, является достаточно абстрактной сущностью (ГОСТ 2.101–68). Сегодня – это, прежде всего, наукоёмкая продукция современной предпринимательской деятельности, где на основе интегрированной информационной среды обеспечивают полное и своевременное удовлетворение потребностей отдельного человека и общества, что в совокупности представляет новую проектно-организационную среду взаимодействия процессов ЖЦ и логистики. Здесь, кроме логистической концепции («в нужное место – в нужное время – необходимый товар – необходимого качества – с минимальными затратами»), одновременно обеспечивается надёжность процессов ЖЦ, а абсолютный приоритет в управлении всеми процессами отдан не правилам, а моделям, использование которых определяет системотехника (системная инженерия) [3, 6].

Актуальность системотехники подтверждают масштабы её исследований. Например, их итог за последние 5 лет – это 30 международных стандартов. Сегодня системотехника внесена в учебные планы большинства ведущих университетов и компаний Мира. Она составляет базу руководящих документов многих правительств, где организацию нацеливают на самоорганизацию сетей, а управление на неокибернетику «живых» систем. Теория этих процессов направлена на познание развития их биологической и социальной сложности [3, 6].

Например, в ДТК, как отмечает вице-президент Ассоциации «Цифровая Эра Транспорта»: «... функциональной сутью цифровой дороги является то, что изменения в одной из подсистем, изменения отдельного параметра, относящегося к одному сервису, означают автоматические изменения режимов работ других подсистем и сервисов, где объектами и субъектами выступают инфраструктура дороги, а также процессы содержания и обслуживания, процессы транспортного управления и обеспечения безопасности, транспортные средства и, конечно же, пользователи автомобильной дороги и предоставляемые им сервисы» [7].

В соответствии с чем, оценка развития биологической и социальной сложности систем ДТК является его актуальной проблемой, что подтверждает практика РФ, где созданы региональные навигационно-

информационные системы (РНИС) – частно-государственные структуры или наблюдатели за процессами ДТК, что характеризует его кибернетику 2-го порядка (логистику).

Организация РНИС предусмотрена в РФ, согласно Постановлению и Распоряжению её Правительства (документы №1367 от 21.12.2012 г. и №1042 от 21.06.2013 г.), где РНИС определены как информационно-навигационные системы обеспечения деятельности автомобильного транспорта (АТ) на территории субъектов страны с использованием технологии ГЛОНАСС / GPS в целях выполнения исполнительными органами регионов их полномочий.

РНИС представляют инновационное средство трансформации АТ, что является важным для Донецкой Народной Республики, где, согласно ст. 15 Закона «Об АТ»: «Развитие автомобильного транспорта и автотранспортной деятельности, по согласованию с другими государственными органами исполнительной власти, осуществляется в соответствии с программой инновационного развития ... ».

Необходимо подчеркнуть, что, как отмечают учёные Московского автомобильно-дорожного института (МАДИ) и научно-исследовательского (НИ) института интеллектуальных транспортных систем [8], АТ является лидером в цифровой экономике, а также подготовлен для её дальнейшего развития. Именно здесь сфера логистических услуг переходит к цифровым технологиям управления. На АТ они призваны превратить поток из отдельно взятых транспортных средств в единые группы — это, своего рода, организмы, обладающие полной информацией о текущем состоянии каждого транспортного средства, начиная от скорости движения и заканчивая конечными пунктами и маршрутами, что невозможно без развития единого информационного поля.

В соответствии с чем, специалистами Автомобильно-дорожного института г. Горловки, совместно с учёными МАДИ и университета им. Т. Шевченко г. Луганска выполнена НИ работа «Разработка основ формирования технического задания для организации РНИС автомобильного транспорта» (государственный учёт: № 0118D000108) – это, согласно ГОСТ 15.101-98, ГОСТ 34.601-90, РД 50-34.698-90:

- этап первый научной организации или «Тактико-техническое задание» создания на АТ автоматизированной системы (АС);

- предшествует двум этапам НИР: «Разработка концепции АС»; «Техническое задание»;

- предложения организации-пользователя к организации разработчику АС и его требования к системе, а также условия и ресурсы на создание АС.

В НИР обоснован институциональный подхода к организации рынка информатизации АТ посредством формирования соответствующего спроса в его предпринимательской среде, что требует системотехнического, т.е.

«модельного», согласно ISO 9000, мышления специалистов и, естественно, основанного на CALS-технологиях электронного обмена данными [9].

Список использованных источников

1. Nicholas Negroponte. Being Digital. Series: later printing Paperback: 272 pages Publisher: Vintage; 1 edition (January 3, 1996)
2. Развитие цифровой экономики в России. Программа до 2035 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf>
3. Некрасов, А. Г. Система управления жизненным циклом (трансформация в цифровую инфраструктуру) [Текст] / А. Г. Некрасов, Б. В. Соколов, К. И. Атаев – М.: Технополиграфцентр, 2017. – 155 с.
4. Шваб К. Четвёртая промышленная революция. – М.: ЭКСМО, 2016. – 208 с.
5. Бойков, В. Н. Геоинформационные системы автомобильных дорог [Текст] / В. Н. Бойков, А. В. Скворцов // Дороги России. Цифровая экономика – новая парадигма развития государства – 2017. – № 1(специальный выпуск). - С. 45-52.
6. Некрасов, А. Г. Процессы жизненного цикла систем (трансформация в цифровую индустрию) [Текст] / А. Г. Некрасов, М. М. Стыскин, К. И. Атаев – М.: МАДИ, 2018. – 127 с.
7. Струкалёв, М. Ю. Цифровизация автомобильных дорог: определения и подходы [Текст] / М. Ю. Струкалёв // Дорожная держава. – 2019. - №88. – С. 43-45.
8. Жанказиев, С. В. Интеллектуальные транспортные системы как часть цифровой экономики страны [Текст] / С. В. Жанказиев, Д. Ю. Морозов // Дороги России. Цифровая экономика – новая парадигма развития государства – 2017. – № 1(специальный выпуск). - С. 53-60.
9. Комов, А. Б. Необходимость и основы организации цифровой экономики автомобильного транспорта Донбасса / А. Б. Комов, П. Б. Комов // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы [электронный ресурс]: сб. – Донецк: ДОННТУ, 2018. – 486 с. С. 215-221

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА, РЕГИОНА И ЛИЧНОСТИ

КОНДРАШОВА Е.А.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*

На сегодняшний день всё более возрастает роль информационной сферы в жизни общества, под которой понимается совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов информационных правоотношений и системы регулирования возникающих при этом общественных отношений.

Информационная безопасность, как правило, является связующим звеном между политикой национальной безопасности и информационной политикой страны. Опасность, которая может возникать в информационной сфере – это несбалансированность интересов субъектов общественных отношений. Причина кроется, прежде всего, в недостаточной деятельности государственных институтов по повышению уровня информационной безопасности [2].

Вопросы обеспечения информационной безопасности государства неразрывно связаны с политическими, экономическими и правовыми гарантиями реализации свободы слова и самовыражения в международном информационном пространстве. В современных политико-правовых условиях в равной степени опасны и недопустимы проявления цензуры и злоупотребления свободой массовой информации, самоизоляция и экстремизм, необъективность оценки событий, которые происходят в международной системе. В прогрессирующей мультимедийной реальности угрозы безопасности связаны как с техническими особенностями передачи данных, так и с экономической природой общественных отношений в виртуальной среде.

Концептуальная модель обеспечения информационной безопасности представлена на рис. 1, в которой можно выделить ключевые угрозы информационной безопасности: угрозы конфиденциальности – несанкционированный доступ к данным (например, получение посторонними лицами сведений о состоянии счетов клиентов банка); угрозы целостности – несанкционированная модификация, дополнение или уничтожение данных (например, внесение изменений в бухгалтерские проводки с целью хищения денежных средств); угрозы доступности – ограничение или блокирование доступа к данным (например, невозможность подключиться к серверу с базой данных в результате DDoS-атаки) [1].

Наиболее подверженной информационным угрозам является сфера экономики, поскольку рынок создаёт различные организации, которые занимаются сбором и распространением информации, касающейся внешнеэкономической, биржевой, коммерческой, финансовой, налоговой и таможенной деятельности, для дальнейшего её использования в целях дезинформации хозяйствующих субъектов и органов государственной власти.

В процессе обеспечения информационной безопасности первостепенное значение приобретает устойчивое развитие информационной инфраструктуры гражданского общества и индустрии производства массовой информации [3].

На наш взгляд, наиболее важная задача, стоящая перед всеми заинтересованными сторонами в рамках информационной безопасности – повышение уровня общей осведомлённости об основных угрозах безопасности, решение которой способствует снижению вредоносной активности, исходящей из корпоративных информационных систем.



Рис. 1. Концептуальная модель обеспечения информационной безопасности

Таким образом, остаётся отметить, что информация является важнейшим ресурсом научно-технического и социально-экономического развития. Информационная безопасность приобретает всё большую актуальность и является одним из перспективных направлений обеспечения национальной безопасности страны, что способствует теоретическому осмыслению основных положений информационной безопасности для совершенствования правовой базы и правоприменительной практики.

Список использованных источников

1. Белов Е.Б. Основы информационной безопасности: учебное пособие для вузов / Е.Б. Белов, В.П. Лось и др. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. – 459 с.
2. Волчинская Е.К. Роль государства в обеспечении информационной безопасности / Е.К. Волчинская // Информационное право. – 2008. – № 4. – С. 9-16.
3. Мамаева Л.Н. Информационный аспект экономической безопасности / Л.Н. Мамаева // Информационная безопасность регионов. – 2013. – № 2 (13). – С. 68.

СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

КОСЕНКО Т.Ю.,

*преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В наше время спонсорство, как и политика, является неотъемлемой составляющей спортивной индустрии, без которой невозможно представить современный спорт. Мировой опыт показывает, что спонсорство в спорте – мощное маркетинговое оружие. Опыт спонсорства и благотворительности сегодня вызывают огромную заинтересованность руководителей компаний, желающих сложить позитивный имидж и хорошие условия для развития своего бизнеса. Данные множества развитых стран мира показывают, что спонсорство в спорте широко распространенное явление и оперирует огромными средствами и возможностями [1].

Развитие спорта в Донецкой Народной Республике на современном этапе предопределяет необходимость разработки и научно-методического обоснования необходимости спонсорской деятельности. Однако ситуация, сложившаяся в Республике, показывает пока еще несовершенную систему нормативно-правового обеспечения сферы спортивного спонсорства, которое нуждается в совершенствовании путем анализа опыта развитых стран с

учетом сложившихся особенностей и социально-экономического положения молодой Республики.

Проблема спонсорства в ДНР находится на линии двух малоисследованных и перспективных проблем современного спорта и связана со сменой акцентов относительно спонсорства, которое долго рассматривалось только как объект меценатства.

Спонсорство вносит все более весомый вклад в современный спорт. В связи с этим исследование спонсорства как феномена является необычайно актуальным.

Функционирование и дальнейшее развитие спорта в условиях социально-экономических изменений является собой постоянный поиск дополнительных источников финансирования, инновационных инструментов ведения конкурентной борьбы, осуществление рыночной коммуникации и т.д. Одним из таких комплексных способов есть спонсорская деятельность.

Когда то в аматорском спорте высших достижений коммерческие цели стали одними из основных. Осуществилась постепенная коммерциализация спорта. Спортивные зрелища и атрибутика стали специфическим «товаром», который продается и покупается. Между различных форм коммерциализации наиболее распространенное получило спонсорство.

Как элемент рыночных отношений спонсорство спорта в сравнении с другими сферами жизнедеятельности общества других стран осуществляется относительно недолго. Основываясь на их опыте, необходимо развивать данную деятельность в нашей Республике.

Заинтересованность специалистов к теоретическим и практическим проблемам развития спортивного спонсорства в настоящее время возрастает. Коммерческая заинтересованность в спорте возникла вместе с тем, как только начались проводиться спортивные соревнования. К моменту зарождения организационного спорта и появления спортивных организаций (команд, клубов, федераций, ассоциаций, и т.д.) соревновательная деятельность меняется, становится непосредственным коммерческим партнером спорта. Как следствие, спорт поддается процессу глобализации.

В годы зарождения первых международных спортивных организаций мало кто думал про коммерческую сторону проведения соревнований – Олимпийская Хартия Международного олимпийского комитета имела так называемое «правило 26», которое запрещало получение спортсменами любого материального награждения от участия в соревнованиях, кроме того никому не позволялось иметь финансовую выгоду от проведения Олимпийских игр.

В наше время положение дел очень изменилось. Средства из бюджета выделяются на недостаточном уровне. Пришло время на профессиональном уровне обратиться к методам спортивного спонсорства. Спортивные и коммерческие организации только открывают для себя его возможности. Необходимо понимать главное: как в условиях рынка с помощью

спонсорской деятельности поддержать спорт, получая взаимную выгоду всем участникам процесса [2].

Однако найти спонсора достаточно сложно: нет традиций, слабая экономика, большие потребности спортивных организаций, да и мало кто на самом деле знает, как это осуществляется. Множество спортивных руководителей даже не догадываются, что вместо денег они должны предоставить спонсору соответствующую услугу – «продукт» высокого качества – спортивное зрелище [2].

Ученые считают, что расход средств на развитие спорта в большей степени должно покрываться за счет государства, местных органов управления, телевидения, населения и в меньшей степени за счет спонсоров. В случае финансовой зависимости от спонсоров появляется опасность потери спортом не только своих ценностей, но и автономии [3].

Для решения проблем с привлечением спонсоров необходимо использовать опыт таких стран, как Россия, Япония, Франция, Великобритания, Германия, где уже накопленный практический опыт спортивного спонсорства, но необходимо обязательно учитывать особенности нашей Республики и нашего законодательства.

Список использованных источников

1. Гуськов С.И. Спонсор и спорт / С.И. Гуськов. – М., 1995. – 160 с.
2. Гуськов С.И. Спортивный маркетинг / С.И. Гуськов. – К.: Олимпийская литература, 1996. – 296 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 896 с.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

КРЕТОВА А.В.,

канд. гос. упр., доцент,

доцент кафедры менеджмента в производственной сфере

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

КИРСАНОВА И.Э.,

магистрант кафедры менеджмента в производственной сфере

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

В настоящий момент происходит усиление неблагоприятного воздействия мирового рынка на деятельность организаций. Это обусловлено снижением потребительского спроса, усилением конкурентной борьбы,

расширением процессов изменения структуры мирового хозяйства. Таким образом, риск возникновения и прогрессирования дестабилизирующих ситуаций слишком высок. В таких условиях основой функционирования и развития организаций должна стать разработка и реализация стратегии устойчивого развития. В свою очередь, стратегия, направленная на устойчивое развитие организации, должна охватывать три направления деятельности: экономическое, экологическое и социальное [1, с. 124].

Разработка стратегии должна базироваться на оценке текущего положения организации и уровня устойчивости её развития. Для этого, кроме указанных выше направлений деятельности (экономического, экологического, социального), следует оценить и глобальное (внешнеэкономическое) направление для учёта и предотвращения возможного негативного влияния внешних по отношению к организации факторов. Выделение именно этих направлений связано с тем, что экономическая деятельность организации, экологическая обстановка, социальное развитие и взаимосвязи с внешней средой обуславливают устойчивое развитие. Исходя из вышеизложенного, под оценкой устойчивого развития следует понимать определение уровня глобальной, экономической, социальной и экологической устойчивости организации, который необходимо рассчитывать и анализировать как на этапе разработки, так и в ходе реализации стратегии устойчивого развития для корректирования подходов к управлению данным процессом.

Реализация стратегии устойчивого развития невозможна без применения системного подхода, согласно которому в организации должна быть сформирована система управления устойчивым развитием, позволяющая адаптироваться к воздействию факторов внутренней и внешней среды и вовремя принимать соответствующие управленческие решения, способные деактивизировать нежелательные последствия влияния различных факторов и повысить устойчивость развития. Тогда главной задачей системы управления устойчивым развитием организации должно быть обеспечение своевременного и целенаправленного управляющего воздействия руководства на процессы функционирования и развития организации, как реакции на действие со стороны внутренних и внешних факторов.

В первую очередь, руководству необходимо сделать упор на внутреннюю составляющую вопроса. Это касается и профессионально-квалификационного кадрового состава организации, и организационной структуры, методов и способов управления, поскольку, в отличие от внешних составляющих, на внутренние организация имеет больше возможностей повлиять. В то же время, организация не может устойчиво развиваться без устойчивого развития внешней среды, в которой она функционирует, характеризующегося и уровнем платёжеспособности спроса, и условиями осуществления хозяйственной деятельности, законодательным регулированием экономики, уровнем развития техники и технологии и пр.

Действие этих факторов может стать причиной дестабилизации положения организации, снижения её конкурентоспособности.

Система управления устойчивым развитием организации должна обеспечивать исполнение управленческих решений со строгой направленностью на устойчивое развитие, принимаемых на основе регулярного мониторинга, анализа отчётных данных в сравнении с плановыми, выявления причин отклонений, если таковые имеются, и соответствующей корректировки целей и задач. Для этого между субъектом и объектом управления должна быть выстроена чёткая, и в то же время гибкая, система взаимодействия, а также налажена постоянная обратная связь. Кроме того, целесообразным является определение руководством организации так называемых точек манёвренности, то есть комплекса мер по повышению уровня устойчивого развития как в текущем периоде, так и в стратегической перспективе. К таковым можно отнести создание условий для своевременного реагирования и адаптации к негативному воздействию факторов с применением проактивного управления, разработка методов рационального использования материальных и нематериальных ресурсов с учётом современных научных достижений, повышение заинтересованности работников в достижении целей путём формирования соответствующих элементов организационной культуры.

Таким образом, управление на основе системного подхода, базирующееся на построении в организации соответствующей гибкой иерархической системы взаимодействия, обладающей признаками проактивности, между субъектом и объектом управления, создаёт возможность для успешной разработки и реализации стратегии устойчивого развития.

Список использованных источников

1. Докукина А.А. Алгоритм реализации системы устойчивого развития предприятия / А.А. Докукина, О.А. Гришина, Н.Б. Завьялова, Ю.Л. Сагинов // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития: материалы VI Международной научно-практической конференции (21-22 февраля 2014 г.): в 2 кн. – Кн. 2. – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2014. – С. 123-130.

РАЗВИТИЕ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

КРИВЕЦ И.Г.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

На современном этапе развития нашей молодой Республики физическая культура и спорт всё больше проникает в общественную и экономическую сферы деятельности, становится всё более значимой и неотъемлемой её частью.

Проанализировав экономические составляющие развития физической культуры и спорта в Донецкой Народной Республике, мы пришли к выводу, что успех в любом виде спорта зависит от трёх факторов – организации, управления и администрирования. По нашему мнению, наиболее важным из них является – управление. Спорт и физическая культура как социальный институт и особый вид профессионального функционирования активно влияет на становление здорового общества в настоящее время претерпевает серьёзные численные, структурные и качественные преобразования, которые обусловлены, прежде всего, новыми социальными, финансовыми, демографическими и политическими причинами. Однако именно спорт и физическая культура выполняют основную задачу в оздоровлении нации, поддержании общественного правопорядка, установлении национального престижа и отвлечении людей, особенно молодёжи, от улицы и вредных привычек [1].

Этот факт свидетельствует о высокой степени важности спорта и спортивного менеджмента в жизни всех людей, так как здоровье сильно зависит от занятий спортом, а спортивный менеджмент, в свою очередь, обеспечивает эффективность спортивной деятельности для всех его участников. В настоящее время направление «спортивный менеджмент» становится всё более актуальным потому, как и многие другие явления в современном мире, спорт имеет непосредственное отношение к бизнесу, и, следовательно, нуждается в эффективном управлении.

Говоря об управлении спортом, важно отметить, что могут существовать различные интерпретации этого понятия, но суть всех определений остаётся практически одинаковой, другими словами, термин может изменить свою форму, но его содержание и принципы остаются теми же. Анализируя различные определения, данные когда-либо термину «спортивный менеджмент», можно дать обобщённое определение. «Спортивный менеджмент» – это целенаправленный социальный процесс в отрасли спорта и физической культуры, направленный на эффективное управление организациями спортивной отрасли в рыночных условиях» [2].

Такое определение даёт, вероятно, наиболее краткое и ёмкое определение спортивного менеджмента и его основные характеристики, которые позволяют понять суть этого явления. Естественно, могут быть другие взгляды на управление спортом, но очевидно, что любая спортивная организация стремится достичь поставленных перед собой целей, что может быть осуществлено только при условии наличия грамотного управления.

К сожалению, в настоящее время в ДНР уровень спортивного менеджмента (даже не количество и качество спортивных объектов, а отсутствие должного управления ими) оставляет желать лучшего, отсутствуют грамотные профессиональные менеджеры – всё это является одной из существенных проблем в сфере физического воспитания и спорта. А управленческая деятельность, как известно, является одним из важнейших факторов функционирования и развития спорта. Для решения этой проблемы руководством ГОУ ВПО «ДонАУиГС» принято решение на кафедре МНС открыть новую специальность «Спортивный менеджмент», которая будет выполнять основные принципы и функции спортивного менеджмента, и реализовать их на практике. Основные принципы и функции в спортивном менеджменте такие же, как и в обычном менеджменте – управление процессами спортивных организаций или событий, выстраивание работы по всем направлениям в организации, управление ресурсами и многие другие вопросы, необходимые для реализации работы в спорте. Все они применимы и реализуемы на практике, так как все эти методы давно работают в спорте и приносят результаты. Вместе с тем есть много особенностей, которые связаны со спецификой деятельности спортивных организаций. На разных уровнях разные сложности. Если в массовом спорте есть проблемы с финансированием, с привлечением сильных специалистов и использованием спортивной инфраструктуры, то в профессиональном – это вопрос эффективности работы менеджмента, вывод профессионального спорта на уровень экономической рентабельности и высокого зрительского интереса.

Но есть и свои плюсы в этом – мы можем не совершать многие ошибки, используя и адаптируя под себя огромный опыт, накопленный коллегами в России. На сегодняшний день в России выстроена система подготовки менеджерских кадров для индустрии спорта как на уровне специализированных спортивных ВУЗов, так и экономических. На уровне бакалавриата только в Москве готовят специалистов по специальности «Спортивный менеджмент» около 10 университетов. На уровне магистратуры готовят специалистов по специальности «Спортивный менеджмент» и «Спортивный маркетинг» 4-5 университетов. Предлагают профессиональную переподготовку и повышение квалификации около 6 университетов. На высоком уровне идёт переподготовка и повышение квалификации спортивных менеджеров в Российском Международном Олимпийском Университете в Сочи [3].

Список использованных источников

1. Кривец И.Г. Экономические составляющие развития физической культуры и спорта в ДНР / И.Г. Кривец // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы II междунар. науч.-практ. конф., 6-7 июня 2018 г., г. Донецк. Секция 2. Повышение качества управления социально-экономическим развитием региона / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 90-92.
2. Википедия. Спортивный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/w/index.php>
3. Гореликов В. Спортивный менеджмент в России: варианты развития / В. Гореликов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://portalbisinfo.ru/publ/sportivnyj_menedzhment_v_rossii_varianty_razvitiya/

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В КОНТЕКСТЕ БИНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

КУЛЕШИНА М.В.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

На сегодняшний день управление развитием рынка образовательных услуг высшей школы требует формирования партнёрства между всеми участниками рынка образовательных услуг. Зарубежный опыт функционирования и развития рынка образовательных услуг высшей школы, в том числе опыт России, которая ещё находится в процессе реформирования образовательного рынка, уже доказала важную роль всех субъектов рынка в формировании, реализации и управлении образовательной политикой [1]. Современный рынок образовательных услуг высшей школы Донецкой Народной Республики характеризуется недостаточной системой взаимосвязей субъектов рынка, что приводит к дисбалансу спроса и предложения человеческого капитала, а также ситуации «квалификационной инфляции».

Государственное регулирование рынка образовательных услуг высшей школы должно обеспечивать баланс государственных и частных интересов. Для обеспечения развития рынка образовательных услуг необходимо опираться на принцип государственно-общественного управления, развитие образовательного самоуправления в сочетании с государственной поддержкой.

Для реализации идеи практико-ориентированной подготовки специалистов в тесной связи с будущим работодателем целесообразной

представляется разработка и закрепление на законодательном уровне программ прикладного бакалавриата. Прикладной бакалавриат, в отличие от академического, предусматривает больший объём часов, отводимых на практическое обучение (не менее 50%). Программы прикладного бакалавриата позволят работодателю активно участвовать в составлении учебных программ и, в целом, активно привлекаться к процессу обучения. Также производственная практика должна проводиться на предприятиях-работодателях для получения знаний и навыков, необходимых конкретно на данном рабочем месте. Во время прохождения практического обучения возможно принятие студента на работу по договору по принципу индивидуального обучения. Подготовка таких специалистов должна заканчиваться закреплением на конкретном предприятии по окончании обучения.

После обучения по программам прикладного бакалавриата возможно обучение в магистратуре. В данном случае рекомендуется делать выбор в пользу практико-ориентированной магистратуры, в том числе это могут быть программы двойного диплома или повышения квалификации с сертификатом иностранного образовательного учреждения. Повышение качества образовательных услуг требует формирования новых механизмов оценки качества и востребованности образовательных услуг.

Внедрение механизма профессионально-общественной аккредитации образовательных программ позволит оценить качество реализации образовательного процесса и соответствие образовательных программ вуза требованиям работодателей.

Профессионально-общественная аккредитация может осуществляться работодателями и их объединениями как системными потребителями образовательных услуг высшего образования, а также уполномоченными ими организациями.

Основная цель профессионально-общественной аккредитации – дать информацию участникам рынка образовательных услуг и государственным органам, осуществляющим управление в сфере образования, о соответствии качества и содержания образования требованиям рынка и работодателей и востребованности выпускников образовательной организации. Поэтому она не может проводиться взамен государственной аккредитации. Результаты профессионально-общественной аккредитации могут и должны быть использованы при проведении государственной аккредитации.

На основе этой информации можно формировать независимые рейтинги, которые будут способствовать развитию конкуренции между участниками рынка образовательных услуг. При этом обязательным требованием для высших образовательных учреждений является предоставление информации, которая должна размещаться на сайте

университета (информация о результатах аккредитации и сертификации, рейтинги работодателей, образовательные программы, преподаваемые курсы, электронные образовательные ресурсы и т.д.) [2].

Для реализации данного механизма в ДНР необходимо активизировать работу по разработке профессиональных стандартов, создать независимые центры сертификации профессиональных квалификаций для оценки соответствия квалификаций как уже работающих специалистов, так и выпускников образовательных организаций на соответствие требованиям профессиональных стандартов. Функционирование данной структуры, в свою очередь, потребует разработки дополнительного нормативного и методического обеспечения.

Эффективное развитие рынка образовательных услуг предполагает наличие законодательной базы, регулирующей отношения в данной сфере. Отсутствие в основном государственном документе, регулирующем образовательную отрасль, ключевых понятий, определяющих функционирование и развитие рынка образовательных услуг, свидетельствует о несогласованности функционирования рынка образовательных услуг и его нормативного обеспечения. Сам термин «образовательная услуга», «платная образовательная услуга», а также «рынок образовательных услуг» на сегодняшний день не закреплены в основном государственном документе ДНР, регулирующем деятельность в сфере образования. Для определения ключевых направлений развития рынка образовательных услуг высшей школы напрашивается необходимым разработка Государственной программы развития рынка образовательных услуг. Программу развития рекомендуется разрабатывать на краткосрочный (3-5 лет) и долгосрочный (10 лет) период.

Все вышеназванные направления развития образовательного рынка будут способствовать развитию бинарного обучения, создавать возможности эффективной реализации совместных образовательных программ.

Список использованных источников

1. Хмель О.А. Совместные образовательные программы и программы двойных дипломов: основные проблемы и пути решения / О.А. Хмель, О.А. Теляк // *Economic Development: Processes and Tendencies: international scientific-practical conference held in Vilnius Kolegija, April 29, 2015: the material (collection of articles)*. – Vilnius: Vilnius kolegija, 2015. – Vol. I. – P. 240-251.

2. Шебеко К.К. Управление программами двойных дипломов в общеевропейской перспективе / К.К. Шебеко, В.Ю. Друк, О.А. Хмель) // *Экономика и банки*. – 2015. – № 1. – С. 59-65.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО НАПРАВЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

КУПРИЕНКО М.Л.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Большое значение в политическом, экономическом, социальном развитии общества имеет аспект состояния здоровья населения. По данным Всемирной Организации Здравья 15% всего населения земного шара имеют отклонения в состоянии здоровья. Особо пристальное внимание проблеме здоровья населения большинство государств стали уделять с середины двадцатого века. США, Германия, Польша, СССР определили задачу привлечения наибольшего количества граждан к систематическим занятиям физической культурой и спортом. Отмечено повышение рекреационного движения в этих государствах. В Западной Европе значительно увеличилось количество рекреационных клубов. В свете решения задач оздоровления населения в Советском Союзе возросло количество профилакториев, санаториев, детских оздоровительных лагерей.

На современном этапе становления и развития Донецкой Народной Республики, учитывая возникшие экономические трудности, вопрос оздоровления и реабилитации всех слоёв населения остаётся актуальным и довольно сложным. Глава ДНР и Правительство являются исполнительно-распорядительным аппаратом государства. Исполнительно-распорядительный аппарат государства обеспечивает решение, помимо основных политических и экономических, задачи сохранения здоровья населения. В компетенцию данного органа входят вопросы адаптивной физической культуры. К государственным органам управления физической культурой и спортом в ДНР относятся: Министерство молодёжи, спорта и туризма, Министерство образования, Министерство здравоохранения. Данные Министерства, осуществляя тесную взаимосвязь в решении вопросов здоровья и физического развития населения, способны осуществить мощный толчок в данном аспекте в Донецкой Народной Республике.

Изучив опыт работы направления по адаптивной физической культуре в Российской Федерации, выявлено, что в подструктуры перечисленных органов включён Совет по делам инвалидов при Президенте Российской Федерации. Основную роль в проведении работы с населением выполняют спортивно-оздоровительные клубы инвалидов, которые объединяют лиц с различными заболеваниями и возрастом. Спортивно-оздоровительные клубы в Российской Федерации финансируются государственными и

исполнительными органами государственной власти по физической культуре, образованию, социального обеспечения, здравоохранения. Основными целями и задачами деятельности спортивно-оздоровительных клубов РФ являются:

- проведение физкультурно-оздоровительной работы с данной категорией населения;
- установление и расширение международных связей;
- оказание всесторонней, в том числе благотворительной, помощи членам клуба;
- организация подготовки общественных инструкторов и судей по видам спорта;
- оказание методической помощи инвалидам, самостоятельно занимающимся физическими упражнениями.

Необходимо отметить положительные стороны работы по адаптивной физической культуре в Великобритании. Государственные органы также являются координирующими и финансирующими работу с категорией лиц, имеющих существенные отклонения в состоянии здоровья. По принципу обратной связи осуществляется работа органов государственной власти совместно с органами местной власти, что позволяет осуществлять необходимый контроль по различным направлениям работы, сбору информации как текущей, так и перспективной. Большую роль в финансировании работы по адаптивной физической культуре играют благотворительные фонды. Целевая спонсорская помощь, при условии её неоднократности, обеспечена льготами при налогообложении. Широко развёрнута работа со студенческой молодёжью и школьниками. При университетах и в школах функционируют спортивные клубы, проводящие работу с учащимися, имеющими отклонения в состоянии здоровья. Социальная помощь оказывается лицам с отклонениями в состоянии здоровья при условии подтверждения местными органами материальной несостоятельности данного лица. Для успешного проведения самостоятельных занятий создан сайт для пользователей (инвалидов), содержащий методические рекомендации выдающихся спортсменов, тренеров по видам спорта (предлагаются адаптивные формы занятий), медицинских работников, практикующих психологов. На данном сайте можно получить информацию на интересующие вопросы. Практические занятия с людьми, имеющими отклонения в состоянии здоровья, имеют право проводить только лица, прошедшие соответствующую подготовку и получившие лицензию. Необходимо отметить, что занятия по подготовке работников с инвалидами осуществляются на платной основе. Также большое внимание уделяется медицинскому контролю лиц, осуществляющих самостоятельные занятия по физической культуре. Приоритет отдаётся семейным врачам. При условии материальной несостоятельности для

возможности получения услуг медицинского обслуживания оказывается целевая помощь.

Изучив опыт работы с населением различных возрастных категорий таких государств, как Российская Федерация, Великобритания можно определить следующие рекомендации:

- решить вопрос кадрового обеспечения для проведения практической работы с лицами данной категории;
- для контроля состояния занимающихся создать медицинские центры по обслуживанию инвалидов (районы города);
- создать сайт, содержащий необходимую специальную информацию.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА

КУСКОВ А.Е.,

*старший преподаватель кафедры менеджмента в производственной
сфере ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

ЖИТНИКОВ В.В.,

студент группы МП 17-1

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

В силу сложившихся обстоятельств в нашем регионе система охраны труда на промышленных предприятиях в течение нескольких лет находится на стадии развития. Этому способствовало множество факторов, которые можно свести к двум проблемам: недостаток экономических методов стимулирования как работодателей, так и рабочих по предупреждению несчастных случаев на предприятиях и недостаточное финансирование мероприятий по охране труда из Фондов социального страхования и работодателей, государственного и местных бюджетов.

На территории ДНР можно отследить динамику нарушений техники безопасности на примере 2018 года. Всего по Республике было зарегистрировано более 33 тыс. нарушений требований нормативно-правовых актов по охране труда, из которых 11 тыс. приходится на первое полугодие.

Лидирует по нарушениям угольная промышленность (13 тыс. нарушений за первое полугодие и 12 тыс. за второе). Всего 25% от общего числа нарушений приходится на энергетическую, пищевую и транспортную отрасль. Если количество нарушений требований нормативно-правовых актов по охране труда в транспортной, пищевой и энергетической отраслях уменьшилось на 20-30% по сравнению с первым полугодием, то в угольной

промышленности всего на 8% [1]. При сравнении 2017 и 2018 годов видно, что количество нарушений снизилось на 15-25% в среднем.

Как известно, нарушения техники безопасности тесно связаны с количеством несчастных случаев и аварий на предприятиях, и ведут к большим убыткам в экономике региона. За 2018 год Фонд социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний ДНР (Фонд) произвёл страховые выплаты пострадавшим на производстве, оплату льгот и компенсаций работникам за работу в тяжёлых и вредных условиях труда более чем на 14 млн рублей, что на четверть больше, чем за 2017 год. Этот факт свидетельствует о том, что проводимые мероприятия по предупреждению нарушений техники безопасности и несчастных случаев малоэффективны и недостаточны. На учёте Фонда на сегодняшний день состоят уже более 35 тыс. человек [2].

По модульной оценке МОТ, вследствие несчастных случаев на производстве ежегодно в среднем теряется около 5% ВВП.

В наше время рыночных отношений всё большее значение приобретают методы экономического управления охраной труда на предприятиях. Государство, как гарант прав работников, путём разработки и внедрения нормативно-правовой базы создаёт благоприятные условия работодателям для формирования надлежащих условий труда, эффективной системы вознаграждений за снижение травматизма и соблюдение правил безопасности. Однако отдельные работодатели не считают выгодным тратить средства на обустройство рабочих мест, поскольку низкая стоимость рабочей силы уменьшает затраты на выплату штрафов и страховых взносов. Рабочие тоже не заинтересованы в соблюдении правил безопасности, поскольку поощрения за их выполнение носят разовый характер и осуществляются эпизодически. Условия поощрения часто не прописаны в локальных документах, что позволяет устанавливать минимальные размеры выплат.

Государство имеет множество механизмов воздействия на работодателя: налоговая, инвестиционная, страховая политика, субсидии для улучшения состояния охраны и условий труда, политика штрафов. Работодатель также имеет экономическое влияние на наёмных работников: поощрения за достижения в охране труда и штрафы за нарушение техники безопасности.

Таким образом, использование предлагаемой системы управления будет способствовать накоплению средств за счёт дополнительных поступлений.

В целях реализации на предприятии приведенных выше методов управления охраной труда необходимо создать благоприятные условия для финансирования мероприятий и научно-исследовательских работ по охране труда; обеспечить функционирование систем обязательного страхования на основе прямой зависимости страховых взносов от условий и безопасности труда на предприятии; предоставить налоговые льготы и ввести систему

штрафов за нарушение требований безопасности как для работодателей, так и для работников.

Цель экономических методов управления охраной труда – обеспечение безопасности рабочих мест, уменьшение уровня нарушений правил техники безопасности и внедрение безопасных методов труда. С одной стороны, экономические методы управления охраной труда – это использование стимулов за повышение безопасности труда, а с другой – штрафы за нарушение этих условий, но работает такая система только в том случае, если поощрение соответствует ожиданию.

Список использованных источников

1. Государственный комитет горного и технического надзора ДНР (результаты проверок) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gkgtn.ru/info/rezultaty-proverok/?PAGEN_1=12

2. Фонд социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний Донецкой Народной Республики (медицинская и социальная реабилитация потерпевших на производстве) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fondnsdnr.ru/page/медицинская-и-социальная-реабилитация-потерпевших-на-производстве.html>

ПРОБЛЕМА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА В УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

КУСКОВ А.Е.,

*старший преподаватель кафедры менеджмента в производственной
сфере ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

ПРОТАСОВА Х.А.,

*студентка группы РУМС 18-2
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Обеспечение безопасности труда является одной из главных и важнейших задач, которые должно ставить перед собой каждое государство. Ведь безопасный и эффективный труд может быть реализован тогда, когда производственные условия в должном состоянии и отвечают всем требованиям международных стандартов в сфере охраны труда.

Ненадлежащее соблюдение нормативов охраны труда, нарушение требований техники безопасности работниками угольной промышленности ведёт к большому количеству травм в их трудовом коллективе и росту

общего травматизма. Как следствие – временная нетрудоспособность, инвалидизация работников или даже несчастные случаи.

Так как Донецкая Народная Республика территориально располагается в границах Донецкого угольного бассейна – основным видом промышленной деятельности является добыча угля. Именно поэтому в большинстве случаев потеря трудоспособности населения происходит на угледобывающих предприятиях.

Основными причинами травматизма в угольной промышленности ДНР в период 2017-2018 гг., согласно информации пресс-служб Министерства угля и энергетики ДНР, являлись: обвалы и обрушения – 73 случая, падение людей при передвижении – 48, при эксплуатации машин и механизмов – 13, а также на транспорте – 10 случаев.

Все данные случаи произошли из-за недостаточного освещения и проветривания производственных участков и помещений, при работе без спецоборудования и без должной организации производственного процесса.

Наибольшее количество случаев травматизма фиксируется среди молодых и неопытных рабочих, которые недостаточно хорошо изучили и знают все правила и приёмы безопасной работы в сфере угольной промышленности.

Одной из немаловажных причин производственного травматизма является неудовлетворительное качество спецодежды, обуви и средств индивидуальной защиты или отказ от их использования.

Кроме того, всё это происходит также из-за того, что государство и работодатели в частности не уделяют должного внимания условиям труда работников шахт, не обеспечивают производственные участки современным шахтным оборудованием и пр.

Исходя из вышесказанного, снижения уровня производственного травматизма в угольной промышленности ДНР можно добиться при условии реализации следующих рекомендаций:

- 1) улучшить медико-санитарное обслуживание работников шахт;
- 2) повысить уровень качества инструктажей по охране труда, электрической и пожарной безопасности рабочих, добиваясь неукоснительного соблюдения требований техники безопасности всеми работниками;
- 3) улучшить профилактическую деятельность органов здравоохранения;
- 4) совершенствовать организацию экспертизы трудоспособности рабочих;
- 5) усилить контроль состояния условий труда горнорабочих и использование ими спецодежды и средств индивидуальной защиты.

При выполнении данных требований возможно значительное снижение производственного травматизма и профзаболеваемости на шахтах ДНР и повышение эффективности угледобывающих предприятий.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА

КУХТИНА А.К.,

*аспирант кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Транспортная отрасль является важнейшей составляющей хозяйственной системы страны, влияет как на развитие экономики, так и на «благополучие» населения. Дальнейший экономический рост страны и повышение качества жизни населения требуют значительного совершенствования методов управления транспортной отраслью, эффективностью её функционирования.

Для улучшения работы транспорта необходимо повышение показателей качества и объемов выполнения транспортных услуг, оценка и сокращение потерь общества от транспортной деятельности. Вопросы, которые возникают, необходимо решать, внедряя новые подходы, в первую очередь, на пути качественной организации работы городского пассажирского общественного транспорта.

В условиях уже существующей транспортной сети на качество и совершенство пассажирских перевозок имеют существенное влияние многие факторы. Кроме самой организации пассажирских перевозок, очень важным для них является техническое обеспечение оптимальным подвижным составом как по наличию современных типов и моделей автобусов, так и по их соотношению в общем количестве, а также имеющегося сервисного обслуживания. В современный период этот вопрос приобрел остроту из-за экономических сложностей работы АТП. Невозможно обойти и значение регулярности и безопасности движения автобусов, экономичного расхода топливных ресурсов. В группу социальных факторов входят правильное обеспечение надежности водителей с точки зрения высокой производственной дисциплины, внимательное обслуживание пассажиров, соблюдение надлежащего технического состояния подвижного состава.

Значимость для пассажиров параметров качества транспортного обслуживания городским транспортом определялась на основании данных эмпирического метода. Он состоял в опросе пассажиров по параметрам перевозки. При этом пассажиры должны были оценить эти параметры по значимости, максимальная оценка – 10 баллов, минимальная – 1 балл. В опросе приняло участие – 492 человека. Результаты представлены в табл. 1.

Также респондентам был задан вопрос об изменении качества обслуживания за последние три года – 48,6% ответили, что качество обслуживания стало хуже; 5,7% – стало лучше и 45,7% – ничего не изменилось.

Таким образом, наиболее весомые показатели, влияющие на качество услуг пассажирского транспорта: безопасность поездки, компетентность водителя, время ожидания транспорта, доступные тарифы, гарантированность уровня обслуживания.

Также исследование позволило оценить удовлетворенность работой городского пассажирского транспорта различных категорий населения (рис. 1).

Анализ показал, что в наименьшей степени удовлетворена работой пассажирского транспорта работающая часть населения. Это объясняется тем, что они чаще всего сталкиваются с различными недостатками в работе пассажирского транспорта. В целом для повышения эффективности работы городского пассажирского транспорта и удовлетворенности представителей всех слоев населения необходимо внедрение системы информационного обеспечения деятельности общественного транспорта, предусматривающей свободный доступ населения к базам данных маршрутов, расписаний, сведений о перевозчиках, осуществляющих перевозки и другой необходимой информации.

Таблица 1

Показатели, влияющие на качество услуг пассажирского транспорта

№ пор.	Наименование показателя	Средняя оценка
1	Время поездки	6,49
2	Время ожидания транспорта	7,23
3	Удобство расположения остановочных пунктов	5,37
4	Вместимость транспортного средства	6,77
5	Поездка без пересадки	5,89
6	Комфортабельность	6,54
7	Внешний вид транспортного средства	6,03
8	Время простоя на промежуточных остановках	6,37
9	Компетентность водителя	7,74
10	Удобство посадки-посадки	6,23
11	Техническое оснащение транспортного средства	6,94
12	Наличие альтернативных способов перемещения	6,26
13	Наличие льгот	3,57
14	Экологичность транспортного средства	4,91
15	Безопасность поездки	8
16	Доступные тарифы	7,11
17	Информативность	5,66
18	Гарантированность уровня обслуживания	7,09
19	Вариант оплаты проезда	5,34
20	Объявление названия остановок	5,34
21	Комфорт остановочных пунктов (наличие укрытия, урн, скамеек)	6,03
22	Скорость движения	5,74

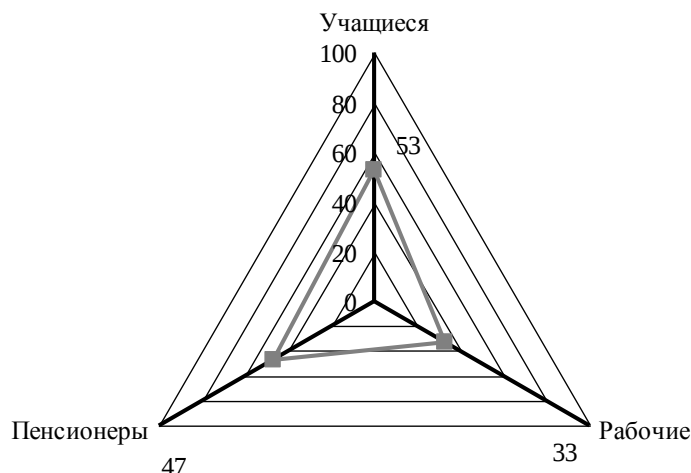


Рис. 1. Удовлетворенность по категориям населения

Также важным является повышение квалификации и профессионального уровня работников городского пассажирского транспорта, повышение комфортабельности подвижного состава.

Список использованных источников

1. Толстяков Р.Р. Оценка удовлетворенности потребителей услуг городского общественного транспорта в г. Тамбове / Р.Р. Толстяков, В.А. Гавриков // Социально-экономические процессы и явления. – 2015. – Т.10. – № 8. – С. 130-138.
2. Епифанов В.В. Повышение качества перевозок в системе городского пассажирского автомобильного транспорта на основе оценки удовлетворенности потребителей / В.В. Епифанов, А.С. Тюрин; под науч. ред. М.Ю. Обшивалкина. – Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 195 с.
3. Гавриков В.А. Формирование и развитие конкурентной среды рынка городских пассажирских перевозок: монография / В.А. Гавриков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016. – 144 с.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ ЖИЗНИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ЛАВРУК Л.Г.,

*старший преподаватель кафедры высшей математики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Развитие современного государства невозможно без эффективной экономической политики, которая ориентирована на улучшение материального благополучия населения и духовного уровня его жизни, то

есть на увеличение уровня и улучшение качества жизни людей, что является существенным компонентом регионального развития. Показатели уровня и качества жизни населения призваны отображать меру развития социально-экономических отношений в стране. Любое государство имеет свои особенности в плане территориального расположения, ресурсов, финансово-экономического состояния, поэтому между ними существуют значительные отличия в уровне и качестве жизни. А значит, проблема уровня жизни является одной из самых актуальных проблем общественного развития.

Понятие уровня и качества жизни очень тесно связаны между собой, существуя почти неразрывно. Если уровень жизни можно определенным образом оценить с помощью ряда показателей и сравнить их с показателями других стран, то «качество жизни» – более широкое понятие, которое раскрывает именно способность людей удовлетворять собственные потребности. «Уровень жизни» является сложной и системной социально-экономической категорией, которая отображает совокупность отношений и условий, определяющих жизнедеятельность и развитие людей. Уровень жизни характеризует достигнутый за определенный промежуток времени в обществе степень удовлетворения разнообразных потребностей населения.

Современный экономический словарь дает такое определение: «уровень жизни – это уровень благополучия населения, потребления благ и услуг, совокупность условий и показателей, которые характеризуют степень удовлетворения основных жизненных нужд людей».

На уровень жизни населения влияет ряд факторов, которые можно разделить на две группы: экономические и неэкономические. Экономические факторы связаны с отношением производства, распределения, обмена и потребления в обществе, которое определяет экономическое развитие любого государства, без которого невозможно обеспечить достойный уровень жизни граждан. Данная группа факторов наиболее динамичная. К неэкономическим относятся: общественно-политические, социально-правовые, исторические, природно-климатические, психологические, интеллектуально-культурные факторы.

Уровень жизни населения определяется с помощью разных показателей. Главным показателем на макроуровне является ВВП на душу населения.

На микроуровне чаще всего оценивают доходы населения. Доходы формируются за счет заработной платы, выплат социальных фондов, предпринимательских доходов, доходов от личного подсобного хозяйства и индивидуальной трудовой деятельности, из других источников. Социальные гарантии населения являются необходимым условием развития и социального согласия в обществе. Основной целью введения социальных гарантий в государстве является создание условий для роста реальных доходов населения, поддержка оптимального уровня занятости и использование трудового потенциала.

В Донецкой Народной Республике численность экономически активного населения (мужчины в возрасте от 16 до 60 лет, женщины в возрасте от 16 до 55 лет), по предварительным оценкам, составляет 1,32 млн чел., это 57% от всего населения Республики и 65% трудоспособного населения бывшей Донецкой области. Демографические процессы характеризуются низкой рождаемостью и высоким уровнем смертности.

Важнейшей задачей социальной политики в регионе остается последовательное повышение уровня и качества жизни населения, обеспечение социальных прав и гарантий граждан. Фактически в 2015 г. фонд оплаты труда уменьшился по сравнению с 2014 г. на 15,7 млн руб. (-56,8%) и составил 11,9 млн руб.; среднесписочная численность штатных работников на предприятиях, организациях и учреждениях уменьшилась на 133 тыс. чел. (-47,7%) и составила 146 тыс. чел.; среднемесячная заработная плата одного штатного работника уменьшилась на 1,4 тыс. руб. (-17,5%) и составила 6, 8 тыс. руб.

Сейчас в ДНР зарегистрировано около 560 тыс. пенсионеров. В соответствии с данными по г. Донецку в 2015 г. количество пенсионеров в городе составляло 165,5 тыс. чел. По состоянию уже на 31.12.2015 г. контингент пенсионеров значительно увеличился (+ 44%) за счет возвращения пенсионеров с территории Украины и насчитывает порядка 238 тыс. чел. Минимальная пенсия составляет 3100 руб. Пенсионеры, получающие минимальную пенсию, в настоящее время составляют 291 тыс. чел., это 43% от всех получателей пенсионных выплат на территории Республики.

Оценивая уровень жизни в ДНР, важно рассмотреть расслоение населения. Практически отсутствует средний класс по сравнению с европейским обществом. Средний класс необходим для формирования полноценной интеллектуальной элиты общества, для того, чтобы можно было говорить об определенной социально-экономической и политической стабильности, так как именно его считают гарантом стабильности в государстве. Поэтому формирование среднего класса для Республики является важной задачей.

Выводы. Улучшение уровня жизни населения в ДНР возможно при государственном содействии. Для этого необходимо на республиканском уровне разработать социально-экономическую программу изменений, которая будет направлена как на обеспечение достойных условий жизни, так и на формирование высококвалифицированного трудового потенциала Республики; обеспечить адекватную, прямо пропорциональную зависимость результатов трудовой деятельности и доходов населения.

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ЛИЧНОСТИ УПРАВЛЕНЦА В ЯЗЫКОВОМ И ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ

ЛАНДИК Л.П.,

старший преподаватель

кафедры государственного и международного права

ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»;

СЕЛЬСКИЙ К.А.,

студент 2-го курса

факультета государственного и международного права

ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»

Исследуя формирование личности управленца в историческом и языковом аспектах, следует сепарировать каждое понятие для более детального анализа. Итак, что такое личность, и какова её связь с управленцем?

Личность – это относительно устойчивая целостная система интеллектуальных, морально-волевых и социально-культурных качеств человека, то есть, личность – это продукт общественного развития и включения индивидов в систему социальных отношений. Можно даже сказать, что личность является шестерёнкой для швейцарских часов, в чьей роли выступают социальные отношения. Разобравшись с личностью, следует дать определение управленцу, а также провести чёткую связь между ними.

Управленец – тот, кто управляет чем-либо. И говоря о проблеме существования связи между управленцем и личностью, ответ – однозначно да. Так как управленец непосредственно является, в первую очередь, индивидом, что в переводе означает неделимый, но этот индивид не станет управленцем без наработанных, а также полученных со временем и опытом как физических, так и интеллектуальных качеств, таких, как: личные (психологические качества) – уважение и авторитет коллег; деловые качества – лидерство, коммуникабельность, способность убеждать, а также самоконтроль; профессиональные – образование, эрудиция, компетентность в своей работе. Все вышеперечисленные качества уже имеют фундамент личности, так как каждое из них подразумевает работу в обществе, не рутину, а механизм, который выполняет задавшийся вектор. Именно в этом механизме и состоит личность.

Разобравшись в теории с вышеописанными понятиями, а также установив их взаимосвязь, следует выявить непосредственно формирование личности управленца изначально в языковом, а затем и в историческом аспекте.

Управленец, а более уместно – руководитель, всегда должен осмысливать свои действия. Его мысль, как и мысль любого другого человека, выражается непосредственно языком и, значит, одна из

составляющих для формирования личности управленца и его деятельности является языковая. Так как именно от способности грамотно излагать свои мысли, используя языковые навыки, довести до собеседника главную свою идею(и) зависит успех многих мероприятий. Именно красноречие, а также освоение грамматических форм и лексики является необходимым условием для формирования качественного мышления. В современном мире, который наделён множеством пересекающихся культур, язык общения играет ключевую роль, так как люди сталкиваются с необходимостью общаться с представителями других культур, стран, сообществ. Для управленца успешное взаимопонимание становится неотъемлемой частью деловых контактов, а знание языковых аспектов общения определяет его успех в различных сферах его деятельности. В современном обществе владение иностранным языком является одним из необходимых условий получения качественного образования и хорошей работы. На формирование личности управленца в языковом аспекте влияют и межкультурные коммуникации, которые предполагают пути умения общаться на иностранном языке с представителями иных национальностей. Свободное понимание представителей иных стран позволяет включать защитный коммуникативный механизм, предохраняющий от сбоев и недопонимания в процессе общения. Знание культурологических особенностей и свободное владение иностранным языком повышает конкурентоспособность, а также качество управления, формируя конкурентное преимущество в различных сферах деятельности управленца.

Проведя анализ языкового аспекта, который занимает одну из главенствующих ролей в формировании личности управленца, необходимо перейти ко второму, а именно историческому аспекту, который также является неотъемлемой частью личности управленца, и непосредственно, как и языковой аспект, принимает участие в формировании данной личности.

Исследуя данный аспект, следует указать на то, что управленец присутствовал всегда, а именно уместно будет назвать его – лидер. Начиная с V века до н.э, когда отец истории Геродот описывал первые греко-персидские войны, и до 2019 года, где также идут войны, различные по характеру и предмету действий – информационные, психологические, гражданские... И в каждой из них есть свой управленец, так называемый лидер, который обладает различными качествами, которые способствуют его роду деятельности.

Подойдя к вопросу с другой стороны, можно выявить фактор востребованности знания истории. Ведь именно эта наука играет ключевую роль на сегодняшний день, так как именно она является предметом посягательства. Именно апеллируя историей, а точнее изменённой под себя псевдовыводкой, различные страны, а особенно страны с развитой геополитикой, начинают войны за территорию, идеологию и не только.

В процессе проведения комплексного анализа формирования личности управленца в историческом, языковом аспектах следует подчеркнуть, что ранее каждый лидер был наделён мечём и щитом, сейчас же ничего не поменялось. Можно сказать, что языковой аспект – меч, исторический – щит, но ценится не то, что имеешь, а то, как владеешь и используешь это.

МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ И ЕГО ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

ЛИЗОГУБ Р.П.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Эффективный подход к управлению в современных условиях рынка является необходимым фактором повышения эффективности бизнеса. Маркетинговый менеджмент – один из элементов создания, развития и реализации конкурентоспособных преимуществ на предприятии. В настоящее время возникает потребность в маркетинговом менеджменте предприятия, создании специальных служб, отделов или подразделений маркетинга. Такой подход позволит увеличить объёмы продаж продукции, долю рынка, улучшить в краткосрочном периоде финансовые показатели.

Основой маркетингового менеджмента является такое отношение к управленческой деятельности и такой подход, чтобы в условиях конкурентной среды научиться выживать и преуспевать, поэтому руководство предприятия должно придерживаться агрессивного, оперативного и конкурентного поведения. Только в таком случае предприятию удастся соответствовать современным требованиям рынка и различным рыночным возможностям. Применение такого подхода требует принципиального образа действий, выбранного для достижения установленных целей и поставленных задач. Роль маркетингового менеджмента в системе управления предприятием и возможности разработать маркетинговые стратегии, которые будут направлены на эффективную работу предприятия в дальнейшем, очень важно своевременно оценить и применить к рыночной среде. Маркетинговый менеджмент как система управления предприятием – это направления деятельности, которые включают постановку целей и задач управления всей хозяйственной системой предприятия, а также направлены на дальнейшее поддержание лояльных взаимоотношений между предприятием и факторами внешней среды. Использование в своей деятельности маркетингового менеджмента даёт предприятию возможность добиться поставленных целей, что

соответствует его внутренним ресурсным возможностям и позволяет оставаться восприимчивым к факторам влияния внешней рыночной среды.

В процессе разработки маркетинговой стратегии и внедрения маркетингового менеджмента как системы управления предприятием необходимо обратить внимание на этапы проведения прогнозирования и планирования маркетинговой деятельности, а также более детально рассмотреть критерии показателей оценки эффективности предлагаемой системы управления. Такими критериями могут выступать, например, сложность построения и применения на практике организационной структуры предприятия, возможность своевременно и адекватно реагировать на возникновение проблемных ситуаций и принятие правильных управленческих решений, реакция на оценку распоряжений руководства предприятия. Учитывая все составляющие, которые влияют непосредственно на систему управления предприятием, необходимо более детально изучить влияние стратегического планирования и прогнозирования.

При прогнозировании маркетинговой деятельности могут быть применены разные методы исследования и способы определения вероятного развития события за определённый период времени, в стоимостном или натуральном выражении. Разрабатываются такие методы с учётом специфических целей и назначений, они очень важны для применения в маркетинговом менеджменте и влияют на систему управления предприятием. Использование стандартных методов (логико-экономических, экономико-математических и нормативных), которые имеют сложную структуру построения и опираются, в основном, на мнение потребителей и экспертов.

Как известно, стратегическое планирование – это определённый вид планирования, предусматривающий стратегическое видение и представление предприятия, определение чётко продуманной и тщательно рассчитанной миссии, которая проявляется в стратегических целях предприятия и решениях конкретных задач, направленных для решения всеми подразделениями и сотрудниками предприятия. Данные цели и задачи предприятия воплощаются в жизнь посредством применения разработанных стратегий.

Так, в процессе анализа рынка и определения политики предприятия, необходимо выявить потребности покупателей и выбрать каналы распределения. При этом важно учесть все факторы, связанные с производством, распределением, хранением и продвижением товаров. Предприятия, которые не включают маркетинговый менеджмент в корпоративное планирование, не получают прибыли. Причина этого в самом подходе к процессу менеджмента на предприятии. Маркетинг как систему управления иногда на этих предприятиях часто отождествляют со снабжением, а его считают краткосрочным эффектом и не связывают с долгосрочным планированием.

Маркетинг является как краткосрочным, так и долгосрочным фактором, различия между ними установить трудно. Однако суммы финансовых и материальных затрат на маркетинговый менеджмент, а также степень его влияния на конкурентоспособность предприятия требуют чёткого подхода к установлению такого различия.

Список использованных источников

1. Багиев Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – М.: ОАО «Экономика», 2013. – 703 с.
2. Бейкер М. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2012. – 1200 с.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ЛИТВИНЕНКО А.С.,

*магистрант кафедры экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

ЖИДЧЕНКО В.Д.,

*канд. экон. наук, профессор,
заведующий кафедрой экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В условиях современности главной ключевой проблемой является серьезная диспропорция социально-экономического развития регионов. Возникает задача разработки стратегий региональной конкурентоспособности, направленных на комплексное решение задач регионального развития, а также повышение уровня национальной конкурентоспособности. Основные проблемы на уровне социально-экономического развития региона классифицируют по следующим признакам: генезису; продолжительности существования до начала смягчения или нейтрализации; объему финансовых средств; важнейшим признакам; диспропорциям.

Уровень развития регионов оценивают по многим критериям, которые условно можно разделить на экономические, то есть социальные и политические. Уровень регионального развития определяют путем сравнения региональных показателей со средними или с аналогичными показателями других республик. На сегодняшний день недостаточно четко определено соотношение показателей социально-экономического развития, социально-экономического потенциала, а также показателей конкурентоспособности

региона, поэтому необходимо детальное обоснование принципов разработки региональной стратегии формирования конкурентоспособности, учитывая при этом влияние циклических процессов на региональную экономику с разной отраслевой структурой.

Кризисные экономические явления актуализируют основные проблемы использования экономического регионального потенциала. Несмотря на то что в стране происходит сокращение производства, ухудшение финансового состояния предприятий, спад инвестиционной активности, а также падение жизненного уровня населения, Донецкая Народная Республика все-таки располагает производственными мощностями, природными ресурсами и высококвалифицированной рабочей силой.

Эффективное социально-экономическое развитие Республики предусматривает стабильное и эффективное развитие ее региона. Рациональное использование ресурсов региона, создание им собственной экономической базы, использование своего потенциала являются предпосылками перспективного подъема государства в целом. Сегодня существуют значительные диспропорции в развитии ДНР, вызванные природно-географическими условиями и неэффективным использованием природных, экономических, трудовых, информационных ресурсов. Значительное внимание следует обратить на подъем региональной экономики и преодоление диспропорции в их социально-экономическом развитии. В экономических пропорциях данными частями выступают отдельные подсистемы, элементы и компоненты народного хозяйства.

С помощью анализа можно говорить о значительной разбалансированности экономической деятельности региона, что делает показатель валового регионального продукта в целом неуправляемым и, в свою очередь, существенно снижает действенность региональной экономической политики, направленной на устранение межрегиональных диспропорций, укрепление экономической и политической целостности региона. Региональная диагностика включает оценку уровня развития региона, его специализации и комплексности развития производительных сил, их эффективности, а также исследование региональных рынков товаров и услуг, труда, финансовых структур, уровней инвестиций и инноваций. Важное значение имеет также анализ особенностей населения, оценка природно-ресурсного, научного и производственного потенциалов, уровня развития и размещения инфраструктуры, экологической безопасности. К основным проблемным вопросам относится определение предпосылок к разработке стратегии региональной конкурентоспособности. Основными задачами оценки социально-экономического потенциала являются следующие: определение содержания и структуры социально-экономического регионального потенциала; комплексный анализ структуры и динамики социально-экономического потенциала; обоснование методических основ оценки социально-экономического потенциала;

разработка предложений по региональной политике государства, направленной на развитие и использование социально-экономического потенциала. Учитывая современное экономическое развитие, можно сказать, что характер дифференциации уровня доходов населения не всегда будет соответствовать экономическому потенциалу региона.

Таким образом, конкурентоспособность промышленности региона является ключевым фактором их экономического и социального развития. Очень важно, чтобы промышленные предприятия, находящиеся на его территории, были конкурентоспособными и тем самым способствовали увеличению бюджета региона, обеспечению занятости населения, росту его покупательной способности, увеличению спроса, росту деловой активности и процветанию региона в целом. Для региона анализ и оценка конкурентоспособности его промышленности представляет интерес, поскольку позволяет определить, что следует ожидать региону от экономики промышленных предприятий и как способствовать процессу роста их конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Кондратьев, В.В. Генезис конкурентоспособности региона в условиях интеграции российской экономики [Электронный ресурс] / В.В. Кондратьев // Экономика Профессия Бизнес. – 2015. – Том 2(2). – Режим доступа: <http://journal.asu.ru/index.php/ec/article/download/982/656> (дата обращения: 22.12.2018).
2. Конкурентоспособность региона // Информационный портал “Grandars” – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-regiona.html> (дата обращения: 17.12.2018).

ЗАДАЧИ АГРОМАРКЕТИНГА ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КАЧЕСТВА АГРОПРОДУКЦИИ

ЛУНИНА В.Ю.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Особую роль в развитии Донецкой Народной Республики (ДНР) играет агропромышленный комплекс (АПК), от успешной деятельности которого зависит ее продовольственная безопасность. Несмотря на значительные трудности в производстве сельскохозяйственной продукции, в 2018 году по сравнению с предыдущим годом удалось повысить ряд показателей в животноводстве и растениеводстве. Так, возросло поголовье крупного рогатого скота, свиней, овец и коз. Соответственно увеличилось количество

реализуемой мясной продукции. Возросли производство и реализация молока [1].

За последние 3 года сельскохозяйственным производителям удалось увеличить площадь выращивания овощных культур, а также ввести в эксплуатацию тепличные комплексы [2, с. 45-48].

Однако уровень обеспеченности собственной продукцией сельского хозяйства всё еще не достигает общепринятого в мировой практике безопасного уровня продовольственной безопасности. Присутствие большого количества импортируемого товара требует от отечественного производителя соответствовать требованиям высокого качества агропродукции и обеспечивать запросы потребителей относительно условий её поставки и хранения. Внедрение агромаркетинга в деятельность производителей аграрной продукции позволит выявить возможные точки роста и тем самым повысить конкурентоспособность отечественных агропредприятий на внутреннем рынке и открыть новые перспективные рынки сбыта продукции.

Качество агропродукции – это самый главный критерий для поддержания уже существующих позиций аграрных предприятий на местных рынках и завоевание новых.

Качество агропродукции зависит от многих факторов, а именно: погодные условия; качество почвы; качество семян; отсутствие болезней, вредителей сельскохозяйственных растений; интенсивность и эффективность использования сельскохозяйственных земель; качество средств производства, уровень внедрения прогрессивных технологий; квалификация и ответственность трудовых ресурсов; условия хранения и транспортировки и тому подобное.

Управление качеством должно начинаться и заканчиваться маркетингом: качественная продукция стимулирует спрос на товар, однако, чтобы создать качественный продукт, который заинтересует потребителя, работники отдела маркетинга должны тщательно проанализировать рынок, изучить текущие вкусы и предпочтения покупателя, а также предсказать будущее.

Поэтому при разработке и производстве аграрной продукции сотрудники отдела маркетинга должны учитывать то, что:

- каждый покупатель имеет свое представление о качестве товара;
- потребители обращают внимание на соотношение цены и качества товара (слишком низкая цена может служить сигналом низкого качества);
- потребители должны быть проинформированы о свойствах и качестве агропродукции;
- устойчивое доверие потребителей к качеству товара способствует росту конкурентоспособности и поддержанию спроса продукции предприятия.

К задачам агромаркетинга по обеспечению и поддержанию качества агропродукции высокого уровня необходимо относить:

- определение текущих и перспективных потребностей потребителей и установление соответствующей номенклатуры и ассортимента продукции;
- анализ влияния конкуренции и выявление конкурентных преимуществ;
- применение органического метода ведения сельского хозяйства;
- выведение новых сортов сельскохозяйственных культур;
- внедрение новой техники и технологий производства;
- совершенствование контроля качества на всех стадиях производства;
- подготовка кадров в сфере комплексного управления качеством;
- установление приемлемых цен на товар, ведь цена является составляющей потребительского качества;
- разработка стратегии выхода на рынок и занятия своей ниши;
- сокращение сроков в цепи «поле-потребитель»;
- создание системы обратной связи с покупателями о качестве продукции.

Эффективная деятельность отечественных аграрных предприятий зависит во многом от уровня удовлетворенности продукцией потребителями. Ведь улучшение качества продукции стимулирует объемы потребления и прямолинейно влияет на рост размера дохода от реализации, а на макроуровне – на развитие общественного производства и повышение уровня жизни населения.

Таким образом, современные условия развития сельскохозяйственных предприятий ДНР требуют применения агромаркетинга для обеспечения качества агропродукции, под которым понимается система мероприятий, включающая в себя постоянный поиск и выявление ключевых характеристик и свойств агропродукции для разработки, производства и реализации продукции, способной удовлетворить текущие и перспективные потребности потребителей в сочетании с собственными возможностями предприятия.

Список использованных источников

1. В 2018 году в Республике увеличились показатели развития животноводства и растениеводства / Министерство агропромышленной политики и продовольствия ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smdnr.ru/v-2018-godu-v-respublike-uvlechilis-pokazateli-razvitiya-zhivotnovodstva-i-rasteniievodstva/>

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

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

МАЛИНЕНКО В.Е.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

ВОРОНЦОВА А.Е.,

Стокгольмская школа экономики, Рига, Латвия

Донбасский край славен своим историческим, этнокультурным наследием, богатыми торговыми традициями и связями поколений. Спустя четыре года экономической, транспортной и политической блокады регион демонстрирует свой экономический потенциал, регенерирующий, вопреки грубому давлению мировой общественности. Серьезный толчок развитию региона придает население, которое в свою очередь представляет продуктивные силы и формирует устойчивый потребительский спрос на товары народного потребления.

Вопросы потребительских предпочтений формировались на протяжении веков. Технический прогресс, технологии за последний век скорректировал расстановку приоритетов в сфере производства и распределения благ. Современное общество подвержено тенденции рационального использования имеющихся возможностей. Желание упростить и удешевить процесс распределения, производства, потребления позволяет внедрять технологические инновации в привычные процессы более высокими темпами, чем предполагалось в ходе исследований маркетинг-логистических процессов.

Развитие территорий всегда связывают с ростом количества населения и ростом его благосостояния. Что и как покупать, помимо товаров группы FMCG, вопрос открытый и изучаемый. Со стороны потребителей происходит поиск предложений, наиболее полно отвечающих запросам, духу времени и месту. Место поиска – глобальная сеть Интернет, ответ ожидаемый, но не тривиальный. Ресурсная база для цифровой коммерции на сегодняшний день не ограничена территориальными рамками, законами и правилами. Для производителей, торговцев, коммерсантов существование интернет-площадок является неисчерпаемым окном возможностей. Цифровую информацию о продукции, данные о товаре, сведения о потребительских характеристиках изделий можно распространять, передавать, делиться без каких-либо явных ограничений.

Цифровизация транспортной системы широко распространена во многих странах мира и может быть успешно имплементирована в логистическую систему Республики. Центрами развития интеллектуальных транспортных систем являются США, Япония и Европейский Союз.

Российская Федерация на протяжении последних лет прилагает титанические усилия и успешно реализует программы цифровизации пространства. Как пример, в Европейском Союзе инновации в логистике координируются вокруг следующих направлений: цифровизация транспортной инфраструктуры и логистических цепочек, роботизация производства, автоматизация систем управления. Создание автоматизированного управления рабочими местами, складами и производством обеспечивает снижение затрат и ускоряет время доставки товара до конечного потребителя. Для эффективного развития цифровой экономики необходимо учитывать факторы, напрямую влияющие на развитие системы, высокий уровень образования граждан, традиции в наукоемких производствах, эффективное государственно-частное партнерство, инвестиции в цифровое производство.

Развитие цифрового транспорта и логистики как элемента инновационной экономики обладает широким спектром эффектов социального и экономического характера. Положительный результат вполне возможен при грамотном менеджменте и эффективных финансовых вливаниях. При этом инвестиции в цифровую инфраструктуру целесообразны при соблюдении принципов комплексного подхода.

С точки зрения организации коммерческой площадки, использование цифрового маркетинга имеет неоспоримые преимущества – минимизация вложений, максимизация эффекта от использования социальных сетей. При грамотном использовании современной цифровой составляющей есть высокая вероятность добиться успеха в работе с контактными аудиториями. В Донецкой Народной Республике большинство предприятий, помимо физических экспозиций, торговых площадок, магазинов, прилавков, обзавелись интернет-площадками. Данный элемент входит в систему цифровой транспарентности и ожидаемо приводит к улучшению имиджевых составляющих, охвату новых потребительских сегментов, новых рынков и как результат – увеличению прибыли.

Успешное применение интернет-маркетинга цифровизация коммерческих функций как в рамках территорий, так и за её пределами позволяет смежным отраслям получать цифровое наполнение. Логистическое обеспечение без цифровой компоненты звучит архаично, маршрут доставки сырья или товара строится с учетом геолокации. Транспортные средства логистического плеча комплектуются GNSS-трекерами. Носимые персональные цифровые устройства, планшеты, смартфоны имеют модули ГЛОНАСС и GPS, облегчая и помогая в организации оптимальных маршрутов.

В агропромышленном комплексе Республики ведутся запланированные работы по созданию цифровых карт посевных сельскохозяйственных угодий, позволяющие создать оптимальные маршруты обслуживания. Предприятия-

перевозчики, обслуживающие территорию и население, пользуются системами мониторинга и трекинга для координации с диспетчерскими узлами. Возможность отследить груз, посылку, заказанный продукт является неоспоримым преимуществом в конкурентной борьбе.

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

МЕРКУЛОВА А.В.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности.

Уровень развития, конкурентоспособность предприятия, величина его прибыли зависят, в первую очередь, от качества производимой продукции и оказываемых услуг.

Поэтому для каждого предприятия принципиально важно постоянно повышать и совершенствовать уровень качества производимой продукции или оказываемых услуг. В условиях развития международных отношений, успех предприятий и отраслей экономики на внешнем и внутреннем рынках полностью зависит от того, насколько их продукция или услуги соответствуют современным стандартам качества.

Проблемы качества являются универсальными и характерными для всех без исключения, они приобретают особую актуальность по мере углубления рыночных отношений, обострения конкуренции, уменьшения протекционистских мер государства.

В современных условиях качество продукции и услуг, их безопасность играют все большую роль в экономике стран. Именно поэтому выход из кризисного состояния производства лежит на пути скорейшего освоения конкурентоспособной продукции, внедрения эффективных систем управления качеством.

В рыночных условиях хозяйствования потребитель продукции, самостоятельно принимает решение, какую продукцию или товар приобрести. Поэтому на потребительский спрос на товар влияют в значительной степени качественные показатели того или иного изделия (внешний вид, оформление, гарантии на товар, реклама, возможности его обслуживания и тому подобное).

Для поддержания высокого качества и конкурентоспособности готовой продукции на предприятии необходимо постоянно внедрять новейшие технологии и одновременно постоянно контролировать качество продукции в процессе технологического цикла.

В условиях развитой рыночной экономики доминирующее положение занимает не ценовая конкуренция, а качественная, то есть большинство покупателей принимают решение о приобретении продукции, обращая внимание в первую очередь на ее качественные характеристики. Таким образом, конкурентоспособным может быть только тот товар, который обладает высокими качественными характеристиками [1].

Обеспечение надлежащего качества продукции - это требование времени, современной действительности, когда любой товар удовлетворять потребителя не может. В современных условиях, потребитель продукции, является регулятором ее уровня производства и спроса на рынке.

Качество товаров и услуг создается под воздействием таких важных факторов как активное стремление предприятий к оперативному применению в своей деятельности достижений научно-технического прогресса; подробное, своевременное и эффективное исследование запросов и предпочтений потребителей на отечественных и зарубежных рынках, а также потребностей различных категорий потребителей; активное использование творческого потенциала сотрудников предприятия путем обучения, воспитания, регулярного повышения квалификации, применение приемов материального и морального стимулирования труда работников.

Система управления качеством, построенная в соответствии с принципами всеобщего управления качеством, предусматривает постоянное совершенствование маркетинговой деятельности фирмы, улучшение качества продукции и удовлетворения потребностей, всех заинтересованных сторон: потребителей, производителей, поставщиков, персонала, собственников, общества в целом за счет создания соответствующего менеджмента.

Как показывает отечественный и зарубежный опыт, использование системы качества предоставляет предприятиям возможность значительно увеличивать результативность своей деятельности, обеспечивая потребителей товарами и услугами, соответствующим их потребностям и запросам. Создание эффективной системы качества, ориентированной на современный опыт в области технологий, обеспечивает устойчивое конкурентное положение предприятий на рынке.

Список использованных источников

1. Бест, М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития / М. Бест; пер. с англ. – М. : ТЕЗИС, 2002. – 356 с.

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

МИРОШНИЧЕНКО В.В.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Развитие экономики Донецкого региона зависит в основном от расположения промышленных центров, как социально-экономических субъектов по их территориальному нахождению, и ресурсов, которыми они распоряжаются. В направлении своего развития каждый промышленный центр Донбасса, является конкурентоспособным. Вопросы социально-экономического развития нашего региона решаются на республиканском и местном уровнях. Таким образом, для усовершенствования социально-экономического управления требуется улучшение системы взаимосвязи республиканского и местного управления.

Удачное развитие каждого региона зависит в большей мере от способа управления экологией, экономикой, и потенциалом ресурсов. Из-за того, что промышленные центры являются частью нашей Республики, имеют разный ресурсный потенциал в той или иной сфере, мы имеем выбор к использованию первоочередных путей их роста [1].

Государственное устройство и стратегия социальной политики Донецкой Народной Республики зависит от отличий в социально-экономическом развитии частей Республики, которые можно дифференцировать по нахождению как человеческих, так и природных ресурсов, по уровню развития сельского и промышленного развития, а также множества других факторов. К примеру, уровень дохода на единицу населения может отличаться в несколько раз. Прожиточный минимум точно также отличается в различных частях на несколько десятков процентов, аналогичная ситуация и с покупательской способностью населения.

Для того чтобы улучшить управление социально-экономическим развитием региона, необходимо, в первую очередь, создать выгодные условия для роста частного бизнеса в сферах материальных производств, вести эффективную экономическую политику, направленную на наращивание потенциала промышленности, развитие научной деятельности, внедрение инновационных технологий. Все это позволит стать нашему региону конкурентно способным, как на внутреннем рынке, так и на внешнем.

Значимую роль в развитии Республики также играет близкое географическое расположение фирм и промышленных предприятий, что в

свою очередь влияет на их конкурентоспособность и развитие города, на территории которого они находятся.

Развитие человеческих ресурсов и человеческого капитала так же можно отнести к задаче управления социально-экономическим развитием региона, которая заключается в разработке социальных программ для стимулирования рождаемости.

Большую роль в развитии человеческих ресурсов в ДНР занимает улучшение системы образования, что в свою очередь поднимает уровень потенциала кадров всего региона.

Не менее важно оказывать помощь в свободном перемещении человеческих ресурсов на региональном уровне, что поможет сгладить демографический кризис в Республике, обеспечить рациональный баланс человеческих ресурсов по всему региону.

Донецкий край обладает большим количеством ценных ресурсов и следует поставить на первое место улучшение экологического состояния окружающей среды за счет экологизации сельского хозяйства, уменьшения выбросов вредных веществ и внедрение «зеленых» технологий.

Следует обратить внимание на такое важное направление как улучшение местного управления и использование потенциала местных ресурсов [2].

Таким образом, мы можем выделить следующие факторы: рост механизмов государственно-частного партнерства; мотивация местных инициатив нацеленное на социально-экономическое развитие Республики; улучшение инструмента программно-целевого планирования в Донецком регионе. Выбор главных целей рационального управления социально-экономическим развитием нашего региона – это один из главных этапов в развитии Донецкой Народной Республики.

Список использованных источников

1. Беккер, Г. Человеческое поведение: экономический подход / Избранные труды по экономической теории. - М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 295 с.
2. Рынок труда Донецкой области: основные показатели рынка труда [Электронный ресурс] / Главное управление статистики в Донецкой области. – Режим доступа: http://donetskstat.gov.ua/statinform/rinok_praci_3.php.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

МОХОВ А.В.,

канд. экон. наук, доцент

Федеральное агентство по образованию

ГОУ ВПО «Майкопский государственный технический университет»

Каждый регион имеет свою специфическую структуру хозяйства, характеризующуюся различной трудоёмкостью и капиталоемкостью, наличием работающих предприятий и динамикой их развития, поэтому состояние и перспективы развития рынка труда и занятости определяются их рациональной территориальной организацией в соответствии с конкретными социально-экономическими условиями региона. Существенное значение имеет создание условий инвестиционной привлекательности региона. Итогом проведения подобной региональной политики является повышение экономической активности населения, рост занятости, снижение напряжённости на рынке труда [1, 2].

Для преодоления негативных тенденций, связанных с мировым финансовым кризисом, необходимо формирование действенной системы управления занятостью в регионе. Её задачей должно стать не только оперативное решение проблем, но и влияние на макроэкономические показатели с целью создания и сохранения рабочих мест, формирования эффективной структуры занятости.

На этапе преодоления кризисных явлений одной из важнейших проблем, решаемых региональным менеджментом, является задача поддержания эффективных воспроизводственных пропорций в территориальном хозяйстве на основе целенаправленного развития производительных сил [3].

Концептуальный подход к организации процесса управления социально-экономическими подсистемами в пространственно-эволюционном комплексе региона, в части их взаимодействия с подсистемой занятости, заключается в интеграции системного и процессного подходов. В этом случае политика в сфере занятости перестаёт быть прерогативой какого-либо ведомства и реализуется через весь спектр направлений социально-экономической политики: структурно-инвестиционной; в области труда; социальной защиты; демографии и занятости; в сфере профессионального и общего образования; пенсионного обеспечения; миграционных процессов и др. Организация совместной деятельности соответствующих структур должна осуществляться в рамках региональной системы управления занятостью. Реализация процессного подхода позволит упорядочить задачи, решаемые каждой подсистемой в системе управления занятостью,

сформировать необходимые информационные потоки, упорядочить последовательность действий и координацию работ всех подсистем [4].

В системе управления регионом инструментальное воздействие должно влиять на процессы экономики как с позиций создания новых и сохранения существующих рабочих мест посредством реализации региональными органами власти стимулирующей и регулирующей функций, так и с позиций обеспечения наиболее эффективной занятости. К социально ориентированным мерам, способным ускорить выход региональной системы из кризиса, следует отнести:

- создание и сохранение рабочих мест в государственном секторе;
- регулирование деловой активности с учётом механизма циклического развития;
- усиление информационно-аналитической поддержки региональной Программы содействия занятости и реализация на системной основе механизма её подготовки;
- формирование стимулирующего экономико-правового поля для увеличения числа рабочих мест в малом и среднем бизнесе;
- создание условий для притока инвестиций;
- выбор приоритетных «точек роста»;
- поддержка региональными властями роста конкурентоспособности предприятий.

Под воздействием мирового экономического кризиса наметились негативные явления в реальном секторе экономики Республики Адыгея. Низкие темпы развития повлекли за собой ухудшение социально-экономического положения в регионе, повышенный уровень безработицы. Влияние кризиса в полной мере ощутили предприятия, производящие строительные материалы, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности, машиностроения и ряда других отраслей. Основными причинами снижения объёмов производства и реализации продукции на промышленных предприятиях Республики стали: сокращение объёмов в связи с кризисом в отраслях, потребляющих выпускаемую продукцию, изменение условий и объёмов кредитования предприятий кредитными организациями, неадекватная ценовая политика в условиях кризиса со стороны монополистов – предприятий топливно-энергетического комплекса. Наиболее острой проблемой в Республике стало обеспечение занятости граждан, потерявших работу или находящихся под риском увольнения. В сложившейся ситуации приоритетные направления политики занятости ориентированы, в первую очередь, на стабилизацию ситуации на рынке труда и социальную поддержку граждан по специализации «Экономика труда» [5].

Выводы. Большое значение имеет применение программных инструментов механизма снижения напряжённости на рынке труда Республики Адыгея в условиях мирового экономического кризиса.

Региональные органы управления должны обеспечить стимулирование преодоления кризисных явлений в рамках чётко сформулированных приоритетов. Анализ реализуемой на территории Республики Адыгея целевой программы снижения напряжённости на рынке труда позволил выявить в ней, наряду с достоинствами, ряд стратегических и организационно-методических недостатков.

Список использованных источников

1. Андреев А.В. Основы региональной экономики / А.В. Андреев, Л.М. Борисова, Э.В. Плучевская. – М.: Изд-во КноРус, 2014. – 334 с.
2. Гасанов М. Социальная сфера как приоритет развития / М. Гасанов // Экономист. 2016. – № 6.
3. Анфилатов В.С., Емельянов А.А., Кукушкин А.А. Системный анализ в управлении: учебное пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 220 с.
4. Бухтаяров А.А. Формирование механизма взаимодействия рынков труда и образовательных услуг / А.А. Бухтаяров, К.В. Белявичус, Г.Г. Вукович, Е.В. Вырщикова // Фундаментальные исследования – № 7 – 2012. С. 112-113.
5. Задорожная Л.И. Программно-целевой подход к снижению напряжённости на рынке труда Республики Адыгея в условиях преодоления экономического кризиса / Л.И. Задорожная, Ф.П. Федорко // Материалы 7-ой всерос. науч. практ. интернет-конф. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2010. – 350 с.

ОСОБЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

НЕБЕСНАЯ В.В.,

канд. биол. наук, доцент,

заведующий кафедрой физического воспитания

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

Государственное и муниципальное управление как область практической деятельности является неотъемлемой частью стратегического планирования государства и включает в себя ряд таких составляющих, как социально-экономическое развитие, законодательная база, отраслевая инфраструктура, территориальная структура органов государственной власти, социальная сфера и др. Физическая культура и спорт относятся к области социальной жизни, и являются неотъемлемой частью нематериального производства. Поэтому управление физической культурой

и спортом на муниципальном уровне представляет собой систему конкретных форм и методов сознательной деятельности, направленной на обеспечение эффективного функционирования и планомерного развития отрасли в целях наиболее полного удовлетворения потребностей населения Донецкой Народной Республики в физическом совершенствовании.

В период становления государства и военно-политической ситуации в Республике определяющим фактором является развитие региона, формирование гражданского общества и целостности системы управления. Такая ситуация требует большой ответственности, полноценного и адекватного решения. Поэтому первоочерёдной задачей современного периода становится разработка управленческой концепции развития всех сфер деятельности и повышение качества управления социально-экономическим развитием.

Наличие развитой спортивной инфраструктуры, современной спортивной базы, передовых систем подготовки спортсменов, эффективных систем организации, обеспечения и проведения спортивных и спортивно-массовых мероприятий в т.ч. и международного уровня, сфера физической культуры и спорта Донецкой Народной Республики остаётся одной из ведущих в стратегическом развитии города Донецка [1]. Основным показателем эффективной деятельности управления в сфере физической культуры и спорта является количество населения, принимающее участие в физкультурной, оздоровительной и спортивной работе. По данным ежегодных статистических отчётов около 8% населения охвачено физкультурно-спортивной деятельностью. Всего физической культурой и спортом занимаются 180 633 чел. [2]. Данный показатель ниже довоенного периода, однако, в динамике за последние пять лет имеет положительную тенденцию.

Подобная ситуация происходит и в рамках функционирования спортивной инфраструктуры. С одной стороны, не малая часть спортивных объектов прекратили свою деятельность в результате частичных разрушений, с другой – проводится постепенное восстановление деятельности спортивных учреждений и объектов.

На муниципальном уровне управление и решение вопросов развития физической культуры и спорта, как правило, представлено соответствующими структурными подразделениями администрации (управление, городской центр, комитет, координационный совет и т.д.), которые совместно с другими (в области образования, здравоохранения и др.) регулируют деятельность учреждений и организаций. К ним относятся: детско-юношеские спортивные школы, специализированные детско-юношеские школы олимпийского резерва; школы высшего спортивного мастерства, образовательные учреждения, федерации по видам спорта,

спортивные клубы и другие физкультурно-спортивные организации и объекты.

Первой отличительной особенностью муниципального управления в сфере физической культуры и спорта Республики является то, что физкультурные, оздоровительные, спортивные и спортивно-технические сооружения, а так же спортивные клубы, коллективы физической культуры, образовательные учреждения, независимо от организационно-правовых норм и форм собственности, осуществляют свою деятельность на основе бюджетных средств и государственной поддержки. Независимо от муниципального уровня, на данный момент, в качестве источников выступают средства местного бюджета. То есть, собственные средства физкультурно-спортивных организаций, в том числе средства общественных физкультурно-оздоровительных объединений, отсутствуют, а деятельность организаций на самостоятельной и профессиональной основах – минимальная. Компетенцию же органов управления физической культурой и спортом определяет Закон Донецкой Народной Республики «О физической культуре и спорте» и органы исполнительной власти.

Второй особенностью муниципального управления в сфере физической культуры и спорта в зависимости от целей и планов на современном этапе является использование кратко- и среднесрочных проектов, которые должны быть подкреплены финансово-экономическими, структурными, юридическими и социальными гарантиями обеспечения. Только лишь в случае выполнения первых можно планировать долгосрочные, что уже относится к стратегическому развитию.

Список использованных источников

1. Вирковский Е.В. Перспективное планирование деятельности сферы физической культуры и спорта в рамках стратегического развития города Донецка / Е.В. Вирковский, В.В. Небесная // Актуальные проблемы физической культуры и спорта. Развитие и перспективы: материалы I международной науч.-практ. конф., 21-22 марта 2019, г. Донецк. – Минмолспорт ДНР, 2019. – С. 162-165.

2. Громаков А.Ю. Актуальные вопросы материально-финансового обеспечения физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности / А.Ю. Громаков // Актуальные проблемы физической культуры и спорта. Развитие и перспективы: материалы I международной науч.-практ. конф., 21-22 марта 2019, г. Донецк. – Минмолспорт ДНР, 2019. – С. 178-181.

РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

НОВОСЕЛОВА М.А.,

аспирант 2 курса СГУ им. Н.Г. Чернышевского

Одна из главных целей экономического развития России сегодня состоит в достижении высокого и постоянно растущего уровня жизни граждан страны. В связи с этим вектор экономического развития должен быть направлен на поддержку инноваций, повышение процветания бизнеса и производства, и обеспечение в российских регионах рабочих мест рабочими и инженерами высшей квалификации. Инновации будут стимулировать рост Российской промышленности путем внедрения новых идей, технологий и процессов, которые приведут к улучшению оснащенности рабочих мест на предприятиях и повышению заработной платы, и, как следствие, наиболее высокому уровню жизни населения страны. При этом инновации будут служить наиболее важным элементом в обеспечении устойчивого экономического роста.

Развитые страны сегодня переходят к экономике знаний, когда ключевым фактором конкурентоспособности государства становится распространение в национальных инновационных системах новых знаний, идей и технологий, что делает актуальным рассмотрение новых концепций успешного взаимодействия институтов национальной инновационной системы [1]. В этой связи университеты могут стать мощной силой эффективного служения потребностям регионального экономического развития. Они создают рабочую силу, оснащенную опытом в области новых технологий и новые рабочие места для новаторов-исследователей внутри страны. Кроме того, они служат платформой для нового типа предпринимательства – еще одного неотъемлемого компонента инноваций – «предпринимательского университета».

Преподаватели, студенты, аспиранты в таких условиях могут стать учредителями и руководителями малых инновационных предприятий при вузах. Университеты в данном случае функционируют как двигатель инновационных исследований для государства, предвидя разработки новых технологий. Прорывы в университетских исследованиях приводят к возникновению новых отраслей и рынков, что влечет к повышению экономического роста и созданию рабочих мест. В настоящее время Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в области развития регионов все чаще декларирует сближение инноваций и региональной политики. Инновационная политика становится все более всеобъемлющей [2]. Это предъявляет новые требования к университетам.

Все больше внимания обращено к вопросам образования и профессиональной подготовки кадров, трудоустройства граждан, качества и

квалификации рабочей силы на протяжении всей жизни человека. Люди и трудовые ресурсы выступают в центре внимания.

Наиболее эффективной формой стимулирования экономического развития, интеграции науки и производства в развитых странах являются структуры технопаркового типа, бизнес-инкубаторы. Так появились всемирно известные региональные специализированные технопарки, затем различные «кремниевые долины», а позже – и особые экономические зоны, которые стали основой для копирования инновационного бизнеса во всем мире [3]. Сегодня университеты России активно стремятся к созданию и поддержанию творческого и предпринимчивого места, где люди и компании могут сконцентрировать усилия ученых и производителей с целью ускоренной коммерциализации научных разработок.

Одной из задач политики властей в регионах, в настоящее время пересмотренной и суженой до некоторой технологической направленности, является привлечение инвестиций для внедрения перспективных научных разработок и новых технологий. Современной инвестиционной политике региона необходимо избегать узкой направленности и оптимизировать отраслевою структуру экономики путем модернизации производственно-технологической базы с максимальным вовлечением перспективных инновационных разработок отечественной и зарубежной науки [4].

Направления инвестиционной политики должны выходить за рамки технологических инноваций в сфере научных исследований и разработок (поскольку не все регионы располагают необходимыми для этого человеческими и институциональными ресурсами) и учитывать инновации в социальной, экологической и других сферах [5]. Такое расширение региональной политики оказывает существенное влияние на университеты в городах и регионах. В условиях нашего времени университеты должны принимать участие в государственных и частных партнерствах и вносить свой вклад в сбалансированное развитие региона.

Таким образом, для структур, ответственных за развитие региона в целом, университеты – это:

- крупные предприятия, генерирующие налоговые и другие доходы;
- глобальные шлюзы с точки зрения маркетинга и привлечения иностранных инвестиций в частном секторе;
- генераторы новых предприятий и источников консультаций существующих предприятий;
- место концентрации и развития местного человеческого капитала путем удержания выпускников и профессионального обновления существующей рабочей силы.

Университеты, будучи в состоянии объединить на одной территории людей различных национальных интересов в области науки и техники, промышленной деятельности, образования и навыков, здравоохранения,

социальной и культурной среды, также могут стать ключевыми местными исполнительными органами.

Другим важным направлением деятельности университета может стать помощь в трудоустройстве выпускников индустрии культуры и туризма, которые помогут привлечь и удержать творческих людей внутри региона, в том числе работающих в высокотехнологичных фирмах и у себя в университете. Вдобавок ко всему сказанному, университеты – это творцы и обители для культурной и общественной деятельности.

Региональные университеты также вносят значительный вклад в оказание общественных услуг, в частности, здравоохранения и образования. Эти услуги играют далеко не последнюю роль в развитии экономики в районах с выраженным социальным неравенством населения, малопривлекательных для передовых инвесторов в глобальной экономике знаний. Проблема экологической устойчивости в политической повестке дня становится все более очевидной и является предпосылкой для устойчивого и необратимого социально-экономического развития и искоренения бедности. Университеты могут внести существенный вклад в создание устойчивых сообществ путем проведения научных исследований, обучения и просвещения общественности. Все эти роли подчеркивают ответственность университетов не только за изучение и продвижение науки, но и за благополучие и процветание территорий своей локализации.

Выводы. С точки зрения имеющихся экономических факторов для повышения роли университета в развитии инвестиционной активности региона, учебным заведениям, сегодня необходимо:

- поддержка местных властей в их глобальных стремлениях в области науки и исследований и набора студентов;
- увеличение числа студентов из местного населения; дополнительный доход от услуг, предоставляемых местным предприятиям посредством консультаций и профессиональной подготовки.

С помощью таких начинаний университеты способны обеспечить конкретные доказательства того, что вложения в образование и научно-исследовательскую деятельность оправдают государственные инвестиции в этой сфере.

Список использованных источников

1. Челнокова О.Ю. Взаимодействие университета, бизнеса и государства как фактор развития региона в национальной инновационной системе / О.Ю. Челнокова, А.А. Фирсова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – Т. 14. – № 1-1. – С. 26-32.

2. Goddard J. (2008) The Role of the University in the Development of its City and Region [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ncl.ac.uk. – (Дата обращения: 21.03.2016).

3. Мехренцев А.В. Технопарки при университетах: нереализованные возможности / А.В. Мехренцев, А.А. Добрачев // Дискуссия – политематический журнал научных публикаций. Рубрика «Экономические науки». – 2013. – №1 (31). – С. 61-70.

4. Луговнина С.М. Формирование и оценка инвестиционной политики в регионе / С.М. Луговнина // Российское предпринимательство. – 2008. – № 3. – Вып. 1 (107). – С. 157-160.

5. Перфильева О.В. Университеты и региональное развитие: теоретический анализ и методология исследования / О.В. Перфильева // Изв. Саратов. ун-та. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – Т.14. – Вып. 3. – С. 479-487.

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ ЭКОЛОГИИ ЯЗЫКА В ДОНБАССЕ

ОСИПОВА А.Н.,

доцент кафедры краеведения

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

Современное языкознание характеризуется появлением и активным развитием направлений, находящихся на стыке разных, порой далеких друг от друга, научных парадигм, что обусловлено антропоцентричностью всей гуманитаристики. При антропоцентрическом подходе к лингвистическим изысканиям предметом изучения становится человек в языке и язык в человеке, поскольку, как утверждал И.А. Бодуэн де Куртенэ, «язык существует только в индивидуальных мозгах, только в душах, только в психике индивидов или особей, составляющих данное языковое общество» [1, с. 71]. Специфику взаимодействия и взаимовлияния языка и человека исследуют разнообразные когнитивно-, коммуникативно-, социально-ориентированные языковедческие теории. Особое место среди подобных направлений занимает экология языка (эколингвистика).

Экология языка (эколингвистика, лингвоэкология) – раздел языкознания, который изучает факторы, оказывающие негативное влияние на функционирование и развитие языка, а также ищет способы обогащения языка и совершенствования практики речевого общения. Эколингвистика борется за сохранение уникальности и самобытности каждого отдельного языка и поддержания языкового многообразия.

Уважающее себя и других государство при проведении языковой политики во многом должно ориентироваться на положения эколингвистики. В первую очередь это касается таких сфер, как образование, право,

международные и внутренние переговоры, делопроизводство и, безусловно, деятельность медиаструктур (СМИ). Стабильное состояние национального языка (тем более языка государственного, каковым является русский), высокий уровень речевой культуры носителей этого языка – вот показатели благополучного состояния государства в целом. Язык не только и не столько отражает мышление, сколько формирует его, регулирует поведение людей, межличностные и деловые отношения, является первоочередным и незаменимым инструментом социального менеджмента.

Выделяют два основных аспекта эколингвистических исследований.

1. *Экология языка / речи*, объектом изучения которой является чистота языка, его правильность и последовательность в выполнении основных функций. Язык при таком подходе «воспринимается как жертва негативных воздействий»; его следует защищать и охранять.

2. *Экология человека / общества*, предусматривающая, что язык во многом выступает как среда, воздействующая на человека.

Цель лингвистов – определение того, насколько экологичным является языковое окружение человека, насколько гармоничны отношения между носителем языка и коммуникативной средой его обитания. В современном Донбассе наблюдаем лингвоэкологические проблемы, связанные как с первым, так и со вторым подходом, а именно:

1. Обеднение словарного запаса и фразеологических ресурсов, особенно у молодого поколения. Известно, что образцом богатства языка являются произведения классической литературы. К сожалению, нежелание и неумение многих юношей и девушек читать русскую классику приводит к такому плачевному результату.

2. Нецелесообразная замена русских слов заимствованиями. Часто можно заметить названия предприятий и организаций на иностранном языке, написанные русскими буквами, или когда одна часть слова написана на одном языке, а вторая часть слова – на другом: *автосалон «Лев-auto»*, *магазин оборудования для салонов красоты «Сент Трейд»*, *музыкальные магазины «Jat»*, *«Реал Мьюзик»*, *салон красоты «ДонСтиль»*, *клуб «VII НЕБО»*. Позже подобные слова переходят в повседневную речь и нередко – в СМИ и даже в художественную литературу. Этот процесс называют загрязнением языковой среды. Когда становится много таких слов, они уже воспринимаются как свои, а не чужие.

3. Снятие запрета на вульгарную лексику. Пренебрежение нормой начинает носить иногда характер демонстративный, а декларируемая свобода речевого поведения выражается в отказе от любых табу.

4. Жаргонизация речи, нарушающая стилистическую норму: *оторвись по полной; тебя просто разводят*.

5. Безграмотность. Причем это не только ошибки в произношении или написании слов (*средствА, осУжден, квАртил, килОметр, катАлог* и мн.

др.), но и ошибки грамматические, лексические, стилистические, например: **припонов** мы людям ставить не можем (передача «Три минуты на ответ», телеканал «Юнион», 03.11.2016); с 9 сентября мы начали **прием от граждан**, которые **изъявили желание, чтобы их зарегистрировали кандидатом** на праймериз (передача «От первого лица», телеканал «Юнион», 15.09.2016); **эта ситуация показала для нас очень многое** (передача «Политкухня», телеканал «Юнион», 24.10.2016); в холодильной камере с мороженым Вы **вылаживаете** просроченную продукцию (передача «Народный контроль», 1-й республиканский телеканал, 28.10.2016); что касается остекления, то **равно также** будет подрядная организация, **на сегодняшний день едет по стеклопакетам** (передача «Темы недели», 1-й республиканский телеканал, 29.10.2016) и др. Немалую роль здесь сыграло и падение престижа образования.

6. Жаргонизированное безграмотное общение в интернете, в частности, в комментариях: *Блин ПОЛ сайта в 40 секундных роликах!!* (1-й республиканский), *исчез с эфира в Донецке нет приема на антенну где искать?* (Юнион), *Не отвечают на звонки. А если отвечают то посылают* (Новороссия) и др.

7. Лингвоцинизм, на который считаем необходимым обратить особое внимание. Лингвоцинизм представляет собой этико-речевой анорматив, при котором говорящий выражает негуманное, циничное отношение к объекту речи [3]. Для речевой практики современного Донбасса, а именно для СМИ, употребление лингвоцинизмов, к сожалению, также характерно.

Таким образом, языковая ситуация в современном Донбассе имеет признаки лингвоэкологического дисбаланса, что обуславливает необходимость изучения причин такого состояния и поиски путей его улучшения. Исследования в области экологии языка Донбасса видятся весьма перспективными, поскольку направлены на оздоровление речевой практики социума в целом и каждого его члена в частности.

Список использованных источников

1. Бодуэн де Куртене И.А. Избранные труды по общему языкознанию. В 2 т. / И.А. Бодуэн де Куртене. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – Т. 1. – 384 с.
2. Косякова Я.С. Проблемы эколингвистики в среде современной молодежи / Я.С. Косякова, Г. Михайлов // Молодой ученый. – 2016. – №7 (111); Молчанова Г.Г. Лингвоэкология и современное состояние языка / Г.Г. Молчанова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. – 2016. – № 2; Сиротинина О.Б. Размышления о том, как должна пониматься борьба за экологию языка / О.Б. Сиротинина // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. – № 1.

3. Сковородников А.П. О предмете эколингвистики применительно к состоянию современного русского языка / А.П. Сковородников // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. – № 1.

4. Шляхов В.И. Эколингвистика и проблема экологии языка в российском языковом пространстве / В.И. Шляхов, А.Л. Никонов // Пространство и время. – 2011. – № 4 (6).

УСТОЙЧИВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

ПАПА-ДМИТРИЕВА И.И.,

*старший преподаватель кафедры менеджмента
в производственной сфере*

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

Считается, что к середине XXI века население планеты Земля достигнет девяти с половиной миллиардов человек, и мировая экономика получит более трёх миллиардов новых потребителей. Если они сохранят существующие модели потребления, то мы получим общество, считающее потребление смыслом жизни, показателем благополучия и «продвинуто», и ни одна из целей в области устойчивого развития не будет достигнута.

Научные исследования в области устойчивого развития широко популярны и ведутся во всем мире. Однако проблема влияния моделей производства и потребления на развитие региона всё ещё представляет большой интерес как для экономистов, так и для экологов и требует дальнейшего изучения.

Сегодня есть общее понимание того, что индивидуальное потребление является экономической функцией и стимулом развития экономики, соответственно, человек и его потребности лежат в основе ухудшающейся экологической обстановки в мире. В вопросе «что делать?» мнения экологов и экономистов расходятся. Им необходим консенсус в вопросе методов достижения устойчивого развития, разработка единых подходов к формированию устойчивых моделей потребления. Это позволило бы увеличить эффективность и производительность, не создавая угрозы ресурсам планеты и снизить отрицательное влияние на окружающую среду, повысить качество жизни граждан без ущерба для будущих поколений.

Именно регионы, по мнению многих исследователей [1], должны стать главной «ареной» достижения устойчивого развития. Это объясняется тем, что регионы являются более управляемыми, исторически устойчивыми территориальными образованиями, соизмеримыми по своим размерам с большинством стран, что делает их оптимальными для позиционирования на

мировом рынке. Они имеют сформировавшийся за продолжительный период набор промышленных предприятий и производств, определённые социальные признаки, большую практику регионального управления и государственного регулирования.

Устойчивость региона оценивается с точки зрения развития следующих групп факторов: природно-экологических, общественно-политических и социально-экономических. Такой подход носит системный характер и ориентирован на способность противостоять воздействию внешней и внутренней среды [2].

Природно-экологические факторы региона – это природные условия, наличие, качество и количество невозобновляемых природных ресурсов, наличие возобновляемых природных ресурсов, наличие эффективного механизма природопользования.

Общественно-политические факторы: общественно-политическая ситуация в регионе; стабильность политической системы; наличие эффективных общественно-политических институтов; доступ к информации; эффективность государственного управления.

Социально-экономические факторы: демографические процессы; уровень образования; уровень предпринимательской активности; поддержка, условия и гарантии для предпринимательства; объём совокупных доходов населения; расходы на потребление; цены; модели производства и потребления, характерные для региона.

Такие факторы, как доходы, правовые условия, инфраструктура обуславливают возможности потребления. В то время как этические нормы, культура, увлечения и психологические факторы оказывают влияние на выбор альтернатив. Высокий уровень экологической сознательности потребителя даёт больше альтернативных возможностей выбора. А любое предпочтение является решающим в отношении воздействия на окружающую среду и использования ресурсов.

Обследование особенностей индивидуальных предпочтений жителей региона является важнейшим источником данных об устойчивости потребления. Прежде всего, это позволяет получить сведения об образе жизни, потребляемых продуктах питания, объёмах использования ресурсов, особенностях потребления непродовольственных товаров, обращении с отходами, использовании личного и общественного транспорта и т.д.

В достижении устойчивого потребления главную роль играют доступность информации, знания и повышение уровня ответственного отношения к окружающей среде. Во всём мире в этой роли выступают экологическая маркировка, повышение уровня понимания экологических проблем, экологическое просвещение, средства информации, экологическая реклама.

Особенно важным является создание региональных программ и стратегий, связанных с устойчивым потреблением. Популяризация

эффективных методов уменьшения воздействия на окружающую среду, сокращения объемов использования ресурсов (экономия воды и энергии), сознательный выбор более эффективных с точки зрения экологии средств домашнего обихода могли бы существенно снизить воздействие жителей региона на окружающую среду. А соответствующее правовое регулирование, экологические налоги, поощрение потребления экологически чистых продуктов и услуг, поддержка экологических инноваций в бизнесе в управлении и в повседневной жизни сделали бы возможным устойчивое развитие региона.

Список использованных источников

1. Ускова Т.В. Устойчивое развитие региона: от концептуальных основ к практическим результатам / Т.В. Ускова, С.С. Копасова // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции. – Вып. 43, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

2. Жукова В.В. Анализ факторов, влияющих на устойчивое развитие региона / В.В. Жукова // Журнал Вестник Таганрогского института управления и экономики, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

ПРИМЕНЕНИЕ ДВУХМЕРНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ РЕСУРСНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

ПЕРЕВОЗНИКОВА Е.В.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента
в производственной сфере*

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

Функционирование и развитие любой территории обеспечивается ресурсами, априорная классификация которых включает: природные, человеческие, материально-технические, финансовые, информационные, нематериальные. При этом, как определяется в современной научной литературе, может быть несколько вариантов действий субъектов территориального управления: перераспределение ресурсов, мобилизация ресурсов, эквивалентный обмен ресурсами. Как известно, теория стратегического менеджмента использует рыночный инструментарий детерминации конкурентоспособности объекта (предприятия, территории), то есть путем его позиционирования и оценки внешней среды. Вместе с тем такой подход вряд ли оправдан для применения в управлении развитием территории, когда местным органам власти необходимо концентрировать усилия на релевантных конкурентных ресурсах территории, поскольку

именно они способствуют наиболее полному удовлетворению общих потребностей населения.

Анализ регионального развития [1, 2] указывает на экономическое предпочтение наиболее заселенных территорий и существенные диспропорции их экономических показателей. Казалось бы, концентрация финансовых и человеческих ресурсов должна обеспечивать регионам конкурентные преимущества, но более подробный анализ дает основания обратить внимание на низкую производительность региональных экономических систем и специфику отраслей их специализации в сети общенациональной экономики.

На основании чего можно утверждать, что в ДНР сложилась модель периферийного зависимого развития, которую описано А. Эмануэлем и Р. Пребишем [3], когда активно развивается несколько крупных городов-мегаполисов, используя ресурсы периферии. Основным риском такого развития является усиление региональных диспропорций.

Исходя из этого, целесообразным является применение двухмерного подхода к управлению ресурсным обеспечением развития территорий, который бы дал возможность, с одной стороны, потреблять оригинальные ресурсы для достижения целей развития, а с другой – использовать определенные комбинации ресурсов в зависимости от существующих условий. Иными словами, предлагаемый подход включает два сегмента: первый – использование потенциала территории и его расширения или диверсификации; второй – разработка и создание новых ресурсов, принятие решений относительно направления и интенсивности развития конкретного вида ресурсов на основе выявления потребностей в будущем.

Это возможно лишь при условии усиления конкурентных преимуществ территории и активной инновационной деятельности. То есть, возможность повышения конкурентоспособности территории определяется способностью ее субъектов не только эффективно использовать имеющиеся ресурсы, но и привлекать дополнительные ресурсы, совершать открытия новых их видов.

В качестве механизма мобилизации внутренних ресурсов территории и укрепления ресурсного обеспечения их развития перспективным является направление формирования кластерных структур.

Формирование промышленных интегрированных объединений приведет к эффективному использованию ресурсов, рациональному использованию объектов инфраструктуры и налаживанию эффективного сотрудничества между промышленными предприятиями. Однако определение кластера в современной экономике значительно шире и не ограничивается лишь совокупностью промышленных предприятий, географически близких между собой.

В настоящее время кластерная форма выступает в качестве важнейшего объекта промышленной политики, проводимой на всех уровнях. В этой связи

управление промышленными комплексами является приоритетной задачей в части их формирования с учетом инфраструктуры кластера [4].

Несмотря на повышенный интерес к кластерам и принятые мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности отдельных территорий, их количество увеличивается медленно. Роль кластеров смещена больше в сторону формирования благоприятной инновационной инфраструктуры, чем действенного механизма, на основе которого можно строить стратегию инновационного развития региона. Поэтому данная тема является актуальной и перспективной для дальнейшего исследования.

Список использованных источников

1. Перевознікова О.В. Регіоналізація – як відповідь на проблеми національної стратегії розвитку / О.В. Перевознікова // Механізми і методи управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей економіки: III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція: матеріали конференції, м. Донецьк, 18 березня 2014 р., ДонДУУ / під ред. Поважного О.С. – Донецьк: ДонДУУ, 2014. – С. 157-159.

2. Перевозникова Е.В. Анализ проблем несоответствия интересов государства и регионов / Е.В. Перевозникова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу / Науково-економічний журнал. Серія «Економіка». – 2013. – №3(27) – С. 69-100.

3. Теория периферийной экономики. Большой экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://big_economic_dictionary.academic.ru/16043/

4. Барышникова Л.П. Промышленный кластер как модель конкурентоспособной экономики / Л.П. Барышникова // Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»: сб. науч. работ серии «Экономика». Вып. 11: Проблемы обеспечения стабильности социально-экономической системы в контексте современных реалий / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 5-15.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

ПЕТРОВА И.В.,

канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента в производственной сфере

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

МЫЗНИКОВ И.А.,

магистрант кафедры менеджмента в производственной сфере

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

Антикризисное управление представляет собой процедуру предупреждения или преодоления кризиса организации. В свою очередь, кризис – это предельное состояние в развитии предприятия. На этапе кризиса сильно возрастает вероятность банкротства и последующей ликвидации предприятия. Каждое предприятие обладает уникальными, присущими только ему, характеристиками, и, соответственно, кризисные ситуации, как и пути выхода из кризиса, являются индивидуальными для каждого предприятия.

Антикризисное управление в широком понимании – это сохранение и укрепление конкурентоспособности предприятия. Другими словами – это деятельность в условиях крайней неопределённости и риска. Антикризисное управление может быть использовано на любом предприятии вне зависимости от его финансового положения и стадии жизненного цикла, на котором оно находится.

В условиях политического и экономического кризиса, отсутствия в Донецкой Народной Республике (ДНР) развитой системы кредитования и из-за непризнанного статуса Республики более четверти всех функционирующих предприятий ДНР являются фактическими банкротами.

В данный момент на территории ДНР весомую часть предприятий, согласно действующему законодательству, можно считать банкротами, о чём свидетельствует возрастающее число дел о банкротстве. Но следует также отметить, что большинство государственных предприятий, даже став фактическими банкротами, не закрываются в связи с нежеланием государственного аппарата лишать людей работы. Из этого следует вывод, что они преследуют не экономические, а социальные цели.

Несмотря на вышесказанное, любое коммерческое предприятие стремится к максимизации прибыли. Таким образом, можно сказать, что разработка теории антикризисного управления продиктована современными экономическими потребностями. Особую роль в преодолении кризисного этапа играет финансовый менеджмент, представляющий сочетание

стратегических и тактических элементов финансового обеспечения предпринимательства, позволяющих управлять денежными потоками и находить наиболее рациональные решения. Усиление контроля денежных средств крайне необходимо любому предприятию, тем более находящемуся на стадии кризиса [1].

Предпосылки неплатёжеспособности предприятия разнообразны – это результаты взаимодействия многочисленных факторов как внешнего, так и внутреннего характера. Отмеченные факторы являются косвенными причинами возникновения кризиса на той или иной стадии жизненного цикла предприятия и тем более его банкротства. В то же время, они оказывают существенное влияние на проявление признаков финансово-экономического кризиса предприятия.

Анализ факторов, оказывающих большое влияние на деятельность предприятия, необходим с целью выявления степени отрицательного влияния конкретной группы факторов, планирования деятельности предприятия, разработке мероприятий по финансовому оздоровлению, оценке слабых сторон предприятия. В такого рода анализе, в первую очередь, заинтересованы главы и специалисты предприятий, занимающиеся планированием деятельности. Такой анализ может быть использован с целью адекватной оценки состояния предприятия и разработки плана мероприятий по выходу из кризиса [2].

В мировой практике существует два основных комплекса мероприятий, применяемых к предприятиям-должникам: мероприятия по предотвращению банкротства и ликвидационные мероприятия. Главным отличием мероприятий по предотвращению банкротства (досудебная санация; наблюдение; финансовое оздоровление; внешнее управление) является то, что их применение не влечёт за собой завершения деятельности предприятий-должников. Основная цель – гарантировать вывод предприятия из неплатёжеспособного состояния и нормализовать его функционирование. Данный подход является наиболее приемлемым с точки зрения предприятий-должников, а также соответствует государственной политике ДНР.

В отличие от предупредительных мероприятий, которые направлены на сохранение предприятия, ликвидационные направлены на полное прекращение деятельности предприятий и возвращение долгов посредством распродажи активов предприятия-должника. Данные мероприятия могут быть осуществлены посредством: ликвидации согласно заключению вынесенного арбитражным судом или же добровольной ликвидации под контролем кредиторов. Ликвидационные мероприятия отображают сущность банкротства в узком значении слова, понимаемого только как ликвидация несостоятельных предприятий [3].

Наиболее рациональным решением в кризисной ситуации являются мероприятия по предотвращению банкротства, поскольку любая система

стремится к самосохранению. Весь комплекс мероприятий по предотвращению и ликвидации банкротства в широком смысле следует понимать, как антикризисные процедуры.

Основными задачами антикризисного управления предприятий, находящихся на территории ДНР, являются следующие:

- преодоление финансовых затруднений, которые имеют все шансы послужить причиной банкротства;
- «оживление» неплатёжеспособных предприятий.

Выбор одной из этих задач зависит от этапа жизненного цикла предприятия.

Список использованных источников

1. Демчук О.В., Сушко Н.А. Экономика хозяйства: учебное пособие / О.В. Демчук, Н.А. Сушко. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. – 311 с.
2. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия / Н.Л. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 196 с.
3. Петрова И.В. Возможности антикризисного управления деятельностью промышленных предприятий / И.В. Петрова, И.А. Мызников // Актуальные проблемы и перспективы развития менеджмента и маркетинга производственных и социальных систем: материалы II международной науч.-практ. конф., 15 ноября 2018, г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 55-59.

ЗНАЧЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

ПЕТРОВА И.В.,

канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента в производственной сфере

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»;

СИМИВОЛ М.Р.,

студент 2 медицинского факультета

ГОУ ВПО «Донецкий национальный медицинский университет

им. М. Горького»

В современных экономических условиях здравоохранение является научно развитой и социально значимой системой общества, которая направлена на решение стратегически важных задач государства. Состояние здоровья населения отражает социально-экономическое состояние общества, ведь здоровье можно считать показателем качества жизни и оценкой успешно проводимых политических, социальных и экономических реформ [1].

На современном этапе развития системы здравоохранения качество медицинской помощи считается основной целевой функцией и одновременно критерием деятельности системы здравоохранения. Обеспечение качества при оказании медицинской помощи в большинстве стран рассматривается, как основа национальной политики в сфере здравоохранения. Во многих странах приняты и действуют программы обеспечения качества медицинской помощи. Проблема управления и оценки качества и безопасности медицинской помощи населению является одной из важнейших для любой системы здравоохранения [2].

К сожалению, в настоящее время в Донецкой Народной Республике не существует чёткой законодательной базы по регулированию медицинских услуг, они осуществляются на основании регламентирующих приказов, распоряжений, а не законов. Не разработаны стандарты на услуги. Системы сертификации и лицензирования находятся в исходном состоянии, а сами процедуры реализуются в значительной степени формально, тормозится внедрение современных медицинских информационных технологий.

В то же время формирование рынка медицинских услуг и конкуренция в этой сфере остро ставят проблему оценки качества медицинских услуг. Решением этой проблемы может стать систематизация существующих стандартов для оценки качества медицинской помощи, гармонизация их с международными стандартами и разработка методики для оценки качества медицинских услуг. Результат оценки должен быть оформлен таким образом, чтобы способствовать потребителю в компетентном выборе того или иного поставщика медицинских услуг.

Понятно, что качественная услуга должна обладать определённым набором количественных значений. Для предоставления услуги соответствующего значения необходимо чёткое управление функциями организации производства услуги. Для этого все службы и отделы организации должны владеть техникой управления и контроля, специальными технологиями, а также методами оценки качества и обеспечивать соответствующий уровень ответственности за предоставляемые медицинские услуги.

В мире существуют системы здравоохранения различных форм собственности как государственных, так и полностью независимых [3]. В некоторых странах бесплатную и срочную помощь оказывают только при остром течении болезни, в других действует развитая система медицинского страхования, третьи применяют комплексный подход к охране здоровья. Различные степени сочетания частной инициативы и государственной политики в области здравоохранения порождают много вариантов систем оказания медицинской помощи.

Переступая порог медицинского учреждения, каждый гражданин фактически заключает с врачом (лечебным учреждением и т.п.) соглашение – устное или письменное, которое предусматривает определённые права и

обязательства сторон. Существует несколько моделей оказания медицинской помощи, медицинских услуг. Одна из них введена во Франции – пациент является потребителем услуг, а отношения между врачом и пациентом определяются в договоре. В США здравоохранение считается услугой, которую можно купить: за медицинскими услугами к врачу обращаются за определённую плату, как за другими видами услуг в банк или к рекламному агенту.

Главной современной тенденцией в процессе совершенствования качества медицинской помощи является переход к комплексному обеспечению качества на всех этапах оказания медицинской помощи (профилактики, диагностики, лечения, дальнейшего наблюдения за больными) в отличие от раздробленного анализа отдельных этапов и медицинских вмешательств.

Вполне понятно, что невозможно получить качественную информацию на основе некачественных входных данных. Современные средства автоматизированной обработки информации позволяют перевести на качественно новый уровень процессы автоматизированного контроля качества первичной информации. Используя новейшие информационные технологии и применяя автоматизированные процедуры оценки уровня качества предоставляемых медицинских услуг, можно минимизировать влияние субъективного фактора на результат оценки и таким образом приблизиться к желаемому уровню качества медицинских услуг.

Медицинское страхование, внедрение информационных технологий, в частности медицинских информационных систем и электронных медицинских карт, это большой шаг для улучшения качества оказания медицинских услуг. В современных социально-экономических условиях, благодаря быстрому развитию частной врачебной практики, конкурентоспособными могут стать те представители медицинской помощи или услуг, которые смогут предоставить её более качественной и безопасной.

Таким образом, развитие системы здравоохранения должно быть направлено на обеспечение наиболее современного уровня медицинской помощи при полной свободе выбора как для врача, так и для пациента.

Список использованных источников

1. Хетагуров Г.В. Сущность, роль и значение здравоохранения в социально-экономическом развитии общества / Г.В. Хетагуров, Д.Р. Бибиллова // Научный форум: Экономика и менеджмент: сборник статей по материалам II междунар. науч.-практ. конф. – № 2 (2). – М.: Изд. «МЦНО», 2016. – С. 68-73.

2. Петрова И. В. Качество жизни как критерий социально-экономического развития государства / И.В. Петрова, М.Р. Симивол // Актуальные проблемы и перспективы развития менеджмента и маркетинга производственных и социальных систем: материалы II международной науч.-

практ. конф., 15 ноября 2018, г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 59-61.

3. Michael D. Tanner. Сравнительный анализ систем здравоохранения в разных странах мира / Michael D. Tanner [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medprosvita.com.ua/sravnitelnyiy-analiz-sistem-zdravoohraneniya-raznyih-stranah-mira-mira>

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

ПИНЬКОВ Р.Б.,

*старший преподаватель кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

При исследовании территориальных связей регион можно рассматривать с двух сторон: как автономное целостное образование и как часть единого народно-хозяйственного комплекса. У каждой из сторон есть свои навыки, которые оставляют отпечаток на процесс управления ходом регионального развития.

Если исследовать регион как часть народно-хозяйственного комплекса, то встанут проблемы определения его места в системе разделения труда.

Структуру региона как целостного образования можно рассмотреть с различных точек зрения: социальная, духовная, экономическая, институциональная и т.д.

Многоаспектность структурной организации – это качественное свойство региона. Даже если мы концентрируем внимание на экономике, то необходимо учитывать ее связи с другими региональными подсистемами. Схема функционирования региона должна включать как минимум три взаимосвязанных блока: население, экономика, природная среда. Кроме того, нужно учитывать наличие государственных структур, которые воздействуют на происходящие процессы и внешний сектор [1].

Каждый регион владеет своим социально-экономическим комплексом, который является сложной системой. Функционирование и развитие этой системы значительным числом показателей разной природы, что характерно для любой сложной и крупной системы.

Социально-экономическое развитие – достигнутый определённой территорией уровень развития отношений и деятельности. Их развитие проходит под влиянием экономических, социальных, исторических и других факторов. В основном в исследовании социально-экономического развития используют показатели, которые характеризуют уровень как экономического, так и социального развития. Но эти показатели могут недостаточно

объективно продемонстрировать социально-экономическое развитие. На фоне довольно-таки высоких значений таких показателей можно увидеть недостаточно благоприятную обстановку в экономической или социальной сфере данного региона.

Важной частью системного социально-экономического регионального развития считается инновационная активность. Механизмом повышения деятельности инновации является прежде всего активизация научно-исследовательских работ.

Также важное звено системы социально-экономического развития региона – это наличие региональной ответственности и местной власти, бизнеса и населения, которые функционируют на конкретной территории. Бизнес обязан нести ответственность за сохранение социальной стабильности на собственной территории. Так как они прежде всего должны поддерживать условия предпринимательского климата.

Объектами управления социально-экономического регионального развития есть социальная, экономическая и политическая сферы. Данное управление требуется рассматривать не только как средство реализации программ и планов, но и решения проблем, создающих хорошие условия для жизни населения [2].

Служащие и специалисты, которые работают в органах регионального управления, обязаны владеть средствами и методами, направленными на функции планирования, координации, руководства, мотивации и контроля.

Достижение главной стратегической цели – это заметное повышение качества жизни населения. Это значит, что необходимо создание эффективной структуры регионального хозяйства, что определяет определённые структурные преобразования. Данная потребность вызвана накопившимся за многие годы дисбалансом, который не даёт полностью удовлетворить рыночный спрос.

Проблема разработки стратегии управления социально-экономического регионального развития является одной из важных задач, обеспечивающих стабильное экономическое положение.

Список использованных источников

1. Пшиканоква Н.И. Региональные особенности моделирования стратегии развития экономики в посткризисный период / Н.И. Пшиканоква // Научная мысль Кавказа. – 2008. – № 9. – С. 38-45.

2. Томилина Ю.В. К вопросу об управлении экономикой региона на основе кластерного подхода / Ю.В. Томилина // Современные тенденции развития менеджмента и государственного управления: материалы межрегион. науч.-практ. конф. – Орёл: Изд-во ОФ РАНХиГС, 2016. – С. 180-182.

ASP-ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

ПОПОВА Т.А.,

*канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В настоящее время компании-лидеры все больше уделяют внимание активным формам ведения бизнеса, формируют глобальные цепи поставок, что, несомненно, связано с развитием в логистике направления SCM (Supply Chain Management). ASP-технологии – это своего рода аренда приложений в сети интернет, которые предполагают интеграцию информационных ресурсов участников всей цепи поставок на единой технологической платформе – платформе провайдера ASP-услуг. Использование подобных технологий позволяет предприятию обеспечить себя значительными конкурентными преимуществами и возможностью выхода на новые, передовые формы организации бизнес-процессов на основе доверительных отношений между всеми участниками цепи поставок, включая ASP-провайдеров и конечных потребителей.

Данная технология, основанная на базе классического аутсорсинга, отвечает всем современным рыночным концепциям, таким как SCM и CRM (Customer Relationship Management), в основе которых лежит прежде всего управление взаимоотношениями с клиентами.

В настоящее время развитие ASP-технологий проходит второй этап. В период своего первоначального зарождения, в начале 90-х, их применение достаточно быстро стало угасать, что связано с рядом определенных субъективных и объективных причин. Прежде всего низкий спрос на данные технологии был связан с высокой стоимостью проектов и рискованностью, а также боязнью топ-менеджмента утечки конфиденциальной информации, технологий, бизнес-процессов.

Окончательное формирование рынка потребителя и глобализация логистических процессов, а также развитие аутсорсинга, концепций глобального сотрудничества и управления взаимоотношениями с потребителями привело к новому росту интереса к ASP-технологиям.

ASP-технологии основаны на доверии и интеграции интересов, а также коммерческой заинтересованности провайдера ASP-услуг в успехе бизнеса клиента-компании, что отличает его от классической аренды IT-технологий.

К преимуществам ASP-технологий относятся и те решения, которые возможно применить компании для глобализации и интеграции своих логистических процессов [1]:

- электронные платежи в системах электронной коммерции;
- функции интернет-магазина;

- системы дистанционного обучения для организации виртуальных учебных классов;
- почтовые и офисные системы;
- системы защиты данных (включая антивирусные);
- информационно-правовые системы;
- функционирование Call Centers;
- системы автоматизации бизнес-процессов компании (системы ERP, CRM и SCM-классов) и т.д.

К основным преимуществам ASP-решений можно также отнести [1, 2]:

- оперативный доступ к новым IT-решениям и практикам управления бизнес-процессами, что способствует быстрому продвижению на рынок товаров и услуг компании;
- затраты на управленческое ПО фиксированы на уровне арендной платы. Отсутствие скрытых, непредвиденных затрат на сопровождение и эксплуатацию ИС повышает точность прогнозирования расходов и способствует финансовой устойчивости компании;
- высвобождение внутренних IT-ресурсов за счет передачи функций автоматизации управления ASP-провайдеру;
- низкие стартовые затраты на автоматизацию управления и низкий финансовый порог внедрения системы современного ERP-управления;
- существенное снижение риска, связанного с выбором и внедрением ИС;
- независимый доступ к ИС посредством сети интернет удаленного клиента с любого терминала (включая мобильный вход);
- возможность снижения налогооблагаемой базы за счет отнесения расходов, связанных с ASP, на себестоимость товаров (услуг);
- обеспечение более высокой надежности функционирования ИС;
- возможность реализации распределенного офиса для координации работы всех участников цепи поставок через Call Center или Центр управления данными предприятия (EDM – Enterprise Data Management).

Таким образом, ASP-технологии – это по сути новый способ обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации бизнес-процессов, применение которого возможно несмотря на ограниченный бюджет и проблемы с привлечением высококвалифицированного персонала.

Список использованных источников

1. Зайцев Е. ASP-технологии в логистике: миф или реальность / Е. Зайцев // Логистик & система. – 2005. – №5.
2. Тиверовский В.И. Новые информационные технологии и оборудование в зарубежной логистике / В.И. Тиверовский // Вестник транспорта. – 2016. – № 12. – С. 22-25.

3. Королева Е.И. Совершенствование каналов распределения товаров на основе инструментов логистики, маркетинга и информационных технологий / Е.И. Королева // Наука – промышленности и сервису. – 2011. – № 6-1. – С. 211-215.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

САВЧЕНКОВА О.О.,

*преподаватель кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Проблемы эффективного управления товародвижением на микро- и макроуровне становятся все более значимыми для всех хозяйствующих экономических субъектов. Системное и грамотное управление товарными потоками на взаимовыгодных для товаропроизводителей, посредников, организаций сферы услуг и социальной сферы условиях позволит увеличить инвестиционную привлекательность, повысить конкурентные преимущества, улучшить показатели финансово-хозяйственной деятельности, создать дополнительные рабочие места, сформировать единое информационное пространство, упростить процесс поиска потенциальных клиентов и поставщиков, сократить временные разрывы на всех стадиях движения потоков ресурсов и готовой продукции, а также сопутствующих им потоков информации, финансовых средств и сервисных потоков. Особое значение в условиях конкуренции имеет поиск новых форм интеграции транспорта, таможенных органов, экспедиторов, грузовладельцев и других участников логистической цепи доставки грузов. Опыт стран Западной Европы и Северной Америки показывает, что развитие логистики и транспортного сектора позволяет уменьшить логистические расходы почти на 12-35%, транспортные расходы – на 7-20%, расходы на погрузочно-разгрузочные работы и сохранения материального потока – на 15-30%, а также ускорить скорость обращения материальных ресурсов на 20-40% и сократить их запасы на 50-200% [1]. В этой связи проблемы формирования и системного регулирования движения товаров в пространстве и времени на региональном уровне путем создания транспортно-логистических систем актуальны и приобретают большое значение как в научно-теоретическом, так и в практическом аспектах.

Сегодня логистика как один из эффективных инструментов планирования организации и управления процессами движения материального и сопутствующих ему потоков направлена на получение максимальной прибыли всеми участниками определенного транспортно-

распределительного процесса путем оптимизации их логистических издержек в пространстве и времени. При этом координацию технологической, технической и организационно-экономического взаимодействия между всеми функциональными звеньями обеспечивает соответствующая транспортно-логистическая система.

Региональные транспортно-логистические системы – это сложные открытые экономические системы, включающие в себя взаимодействующие между собой и внешней средой подсистемы, обеспечивающие процесс функционирования хозяйственных связей отраслей и предприятий региона в региональных логистических цепях, формирование которых направлено на достижение социально-экономических целей развития региона на основе оптимизации экономических потоков [2].

Самым эффективным способом реализации успешной логистической деятельности по предоставлению высококачественных логистических услуг в регионе считается взаимодействие и взаиморазвитие структурных элементов логистической инфраструктуры – кластеров, комплексов, центров и компаний [3].

Логистическая аутсорсинговая платформа обеспечивает интеграцию транспортно-логистических систем на макроуровне. Следует отметить, что логистическая аутсорсинговая платформа – это координационный и интегрируемый механизм управления и преобразования материальных, информационных и других потоков, объединяющая элементы транспортно-логистической системы на макроуровне и обеспечивающая высокую эффективность выполнения целей этих элементов. Логистическую аутсорсинговую платформу нужно рассматривать как инфраструктурную единицу экономической системы региона. Основными задачами функционирования логистической аутсорсинговой платформы является обеспечение предоставления транспортно-логистических услуг при минимальных затратах на логистическое обслуживание и логистическую инфраструктуру путем кооперации транспортно-логистических компаний, предоставляющих специализированный комплекс логистических услуг [3].

Создание логистических аутсорсинговых платформ – это прогрессивное направление развития транспортно-логистической системы.

Целесообразно организовывать логистические аутсорсинговые платформы вблизи таможенных постов, а также в местах, где плотность товарооборота или транзита является высокой.

При наличии логистических аутсорсинговых платформ все процессы, связанные с управлением, обслуживанием, оптимизацией потоков различных видов, будут проходить в значительно более короткие сроки, на высоком качественном уровне. Существенно снизятся логистические расходы отдельных предприятий, значительными будут отчисления в местные и региональные бюджеты. В пределах городов, где будут формироваться

логистически-аутсорсинговые платформы, улучшится инфраструктура, будут созданы новые рабочие места.

Список использованных источников

1. Попова Н.В. Транспортно-логистическая система: определение и компоненты / Н.В. Попова // Бизнес-Информ. – 2016. – Вып. 1. – С. 169-174.
2. Онищенко О.В. Этапы организации транспортно-логистического ядра кластерной структуры [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2013_18_2_1/18.pdf
3. Качуровский В.Е. Логистический подход как новое современное направление регионального управления [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.confcontact.com/20111222/1_kachurovskij.php

ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД К ЛИЧНОСТНОМУ РОСТУ БУДУЩЕГО УПРАВЛЕНЦА

САДОВСКАЯ Н.Н.,

старший преподаватель кафедры краеведения

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

Изучение феномена личностного роста будущих управленцев обусловлено необходимостью постоянного пересмотра и уточнения перечня компетенций, которые следует у них сформировать для того, чтобы качественно подготовить высококвалифицированных и конкурентоспособных менеджеров.

Личностный рост – сложный многовекторный процесс, включающий формирование таких качеств, как жизнестойкость, приспособляемость к новым условиям, способность к самообразованию, самопознанию и рефлексии и т.п.

Целесообразно говорить о следующих условиях личностного роста:

- внутренних субъективных (мотивации, потребности в саморазвитии, вовлеченности в деятельность и под.);
- объективно-субъективных (влиянии педагогов на личностный рост будущих управленцев, организационные условия, в которые они поставлены).

На сегодняшний день существует несколько подходов к проблеме личностного роста (психотехнический, личностно-центрированный и др.). По нашему мнению, одним из наиболее эффективных и актуальных для будущих менеджеров является деятельностный подход к личностному росту, в основе которого – тезис о ключевой роли деятельности в формировании

личности (см. работы Л.С. Выготского [1], С.Л. Рубинштейна [3], Н.Ф. Талызиной [4] и др.)

Деятельность, по А.Н. Леонтьеву [2], имеет предметный, мотивированный и целенаправленный характер. Структура деятельности включает действия как её основные единицы и операции (способы выполнения действий). Полное усвоение действий является основой для формирования деятельности. Овладение управленческой деятельностью предполагает обучение студентов разнообразным управленческим действиям (целеполаганию, планированию работы, её корректировке и контролю, оценке результатов и т.д.), что заложит основы их профессионального личностного роста.

В связи с тем, что образовательная парадигма изменилась со знаниевой на развивающую [5], возникает необходимость и в структурных трансформациях образовательного процесса. Всё чаще говорят о целесообразности инжиниринга, ключевыми компонентами которого являются, с одной стороны, педагог как модератор процесса обучения и воспитания, а, с другой стороны, студент, деятельностью которого руководит преподаватель, способствуя, таким образом, его личностному росту. Учебный материал, таким образом, рассматривается не как предмет «зазубривания», а как образовательная среда для личностно значимой деятельности обучающихся.

Деятельностный подход к подготовке современных менеджеров предусматривает усвоение ими:

- исторически сложившихся и национально детерминированных моделей управленческой деятельности;
- способов, видов и форм такой деятельности;
- образовательных технологий, соотносящихся с целями и задачами на каждом этапе своего личностного роста как будущих управленцев.

Одной из наиболее действенных с точки зрения личностного роста педагогических технологий, по нашему мнению, является проблемное обучение, предполагающее моделирование педагогом и разрешение обучающимися ряда профессионально-ориентированных проблемных ситуаций.

Проблемные ситуации направлены прежде всего на мобилизацию всех профессиональных и личностных качеств студентов, требуют от них повышенной активности и инициативности в достижении цели. Поиск решения проблемных ситуаций – сложное творческое задание, требующее максимальной концентрации и самоотдачи, без чего личностный рост невозможен.

Деятельностный подход также предусматривает чрезвычайно важную роль педагога в становлении и личностном росте будущих управленцев. Преподаватель новейшего периода – это не просто транслятор знаний, он

модератор, тьютор, коуч, главная цель которого – создание оптимальных условий для максимальной самореализации обучающихся, формирования их профессиональных компетенций и развития творческого потенциала. В связи с этим приоритетной становится акмеологическая составляющая работы педагога. Чтобы эффективно способствовать личностному росту будущих управленцев, преподаватель должен сам быть личностью, примером для студентов.

Таким образом, личностный рост современного управленца представляет собой сложную и крайне актуальную проблему современной педагогики, теории управления, психологии и социологии. Поиск оптимальных подходов к её изучению видится первоочередным заданием подготовки современных менеджеров.

Список использованных источников

1. Выготский Л.С. Психология развития человека / Л.С. Выготский. – М.: Смысл; Эксмо, 2005. – 1136 с.
2. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл, Академия, 2005. – 352 с.
3. Рубинштейн С.Л. Принцип творческой самодеятельности / С.Л. Рубинштейн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rubinstein-society.ru/cntnt/nauchnie-raboti/raboti-s-l-rubin/princip_tv.html
4. Талызина Н.Ф. Педагогическая психология / Н.Ф. Талызина. – М.: Академия, 1998. – 288 с.
5. Хуторская Л.Н. Деятельность как содержание образования / Л.Н. Хуторская // Народное образование. – 2003. – № 8.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ

СВЕТЛИЧНАЯ В.Ю.,

*старший преподаватель кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Становление и развитие личности современного человека связаны с его общественными способами самоопределения и самореализации. Студент-менеджер может и должен самостоятельно решать различные задачи.

Социальная активность личности изучается разноаспектно: методологический (К.А. Абульханова-Славская, Е.А. Ануфриев, Г.С. Арефьева, Т.П. Богданова, А.П. Петров и др.); социальный (А.С. Капто, Т.С. Лапина и др.); психологический (Б.Ф. Ломов, В.Г. Маралов и др.); педагогический (Т.Н. Мальковская, Г.В. Мухаметзянова, В.Ш. Масленникова, В.А. Ситаров, В.А. Сластенин, Ю.П. Сокольников и др.).

Философия трактует понятие « активность личности» как «отображающее характер функционирования индивидов и социальных групп в обществе» [1]. Педагогика – как «...деятельностное отношение личности к миру, способность производить общественно-значимые преобразования материальной и духовной среды на основе освоения исторического опыта человечества» [2, с. 14], «интегративная характеристика внутренних возможностей субъекта в осуществлении деятельности, направленной на поддержание и развитие социальной целостности» [3, с. 8]. Во всех определениях подчеркивается деятельностный аспект, дающий возможность не только сосуществовать в социуме, но и самореализовываться.

Применительно к студентам социальная активность предусматривает воспитание организаторских умений и интереса к общественной работе, ответственности при выполнении общественных поручений, инициативности в сочетании с исполнительностью.

А.П. Петров в структуре социальной активности выделил следующие ее составляющие[4, с. 10]: по форме: профессиональная и непрофессиональная; по видам: трудовая, политическая, познавательная; по направленности: общественная, антиобщественная; по сфере реализации: производство, управление.

Е.А. Ануфриев выделяет критерии, определяющие социальную активность: степень развития, максимальное использование дарований, талантов, склонностей человека в процессе участия в общественной деятельности; степень сознательности; бескорыстность [5, с. 46].

Условия, соблюдение которых ведет к оптимизации процесса формирования социальной активности студентов:

- общая компетентность педагогов образовательного учреждения, представляющая собой совокупность профессиональной и социальной компетентности, а также навыков социального взаимодействия;
- использование педагогами в практической деятельности потенциальных возможностей образовательной среды как дополнительного педагогического средства формирования социальной активности студентов;
- определение и учет потенциала внеаудиторной деятельности учреждения образования;
- обеспечение поэтапного формирования социальной активности студентов во внеучебной деятельности.

Этапы формирования социальной активности студентов:

- когнитивный (формирование у студентов знаний о социальной действительности);
- оценочно-эмоциональный (формирование личностного отношения к проявлению социальной активности);
- мировоззренческий (формирование целостного представления о социальной активности как необходимом качестве личности);

- поведенческий (формирование устойчивого социально активного поведения).

Таким образом, формирование социальной активности студентов требует, прежде всего, повышенного уровня социальной активности педагогического коллектива образовательного учреждения, общекультурной и специальной подготовки педагогов. Поэтапного осуществления деятельности по формированию социальной активности студентов, где конечным результатом выступает личностное образование, включающее совокупность структурных признаков (когнитивного, эмоционально-ценностного, мировоззренческого и поведенческого), качества будущего специалиста (гуманистических, деловых и гражданских) и социальный опыт личности.

Список использованных источников

1. Социальная активность [Электронный ресурс] / Философский словарь. – Режим доступа: <http://www.edudic.ru/fil/1160/#>.
2. Коджаспирова, Г.М. Словарь по педагогике / Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2005. – 448 с.
3. Словарь социального педагога и социального работника / под ред. И.И. Калачевой, Я.Л. Коломинского, А.И. Левко. 2-е изд. – Минск : БелЭн, 2013. – 256 с.
4. Петров, А.П. Социальная активность : сущность, содержание, критерии // Формирование социальной активности личности : сущность, проблемы : Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. А.П. Петрова. – М. : МГПИ им. В.И. Ленина, 1985. – Т.1. – С. 8–13.
5. Ануфриев, Е.А. Социальная роль и активность личности / Е.А. Ануфриев. – М. : Просвещение, 1971. – 151 с.
6. Мальковская, Т.Н. Социальная активность школьников и пути ее формирования / Т.Н. Мальковская // Советская педагогика. – 1978. – № 5. – С. 14–21.

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРСАЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

СИДОРЧУК Е.С.,

*ассистент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

На сегодняшний момент времени одним из главных приоритетных направлений экономики Донецкой Народной Республики выступает развитие

промышленного сектора. Каждое промышленное предприятие, которое выходит на рынок, стремится получить наилучший результат своей деятельности в виде максимального получения прибыли и признания, однако вероятность успеха резко сокращается без использования современных методов и инструментов прогнозирования. Применение данных методов дает возможность руководителям не только умело управлять предприятием, но и быть способным учесть большинство рисков, предвидеть их и направить деятельность в правильное русло. Для обоснования стратегических и даже тактических решений в динамической среде целесообразно использовать технологию Форсайт. Собственно она выступает одним из наиболее действенных инструментов для понимания, предвидения и формирования будущего, для определения и тенденций развития предприятия, задач управления и способов достижения этих задач в условиях внешних вызовов и угроз.

Вопросы использования Форсайта на уровне предприятия рассмотрены только поверхностно. В работах Б. Мартина [1], В.С. Ефимова [2], О. Биттера, Р. Найта, Р. Вильямса, и др. нашли свое отражение в ознакомлении научного мира с достаточно новым в отечественном экономическом пространстве определением. Их публикации в основном направлены на изучение особенностей использования этого комплексного метода для предсказания развития ряда отраслей народного хозяйства. Однако остаются нерешенными вопросы значения Форсайта и его результатов для обеспечения стратегической модернизации управления предприятиями промышленной отрасли.

Классическое определение Форсайта было дано профессором Б. Мартином, который обозначил его как ряд систематизированных способов для оценки долгосрочных перспектив науки, технологий, экономики и общества, с целью определения сфер стратегических исследований и технологий, которые, вероятно, могут дать наиболее экономические и социальные преимущества. Цель Форсайта заключается в том, чтобы способствовать формированию необходимого потенциала (научного, инновационного, технологического, человеческого), а также новых сетей между различными структурами, которые были бы способны разрабатывать и реализовывать стратегии предупредительного характера [1].

Использование Форсайта на промышленных предприятиях дает возможность более глубоко понять природу изменений, новых проблем и возможностей и, что не менее важно, выявить институциональные структуры, которые должны принять на себя миссию по разработке и реализации стратегий управления и развития. Следует выделить ряд причин, которые выступают стимулом в применении технологии Форсайта для разработки долгосрочных и более эффективных стратегий:

- ускорение темпов научно-технического прогресса, внедрение инноваций и усиление их влияния на социально-экономическую жизнь общества;
- глобализация экономики, которая существенно изменяет методы прогнозирования развития субъектов хозяйствования;
- увеличение количества других участников внутреннего рынка и бизнес-партнеров, ужесточение конкурентной борьбы;
- расширение возможностей бизнеса с одновременным увеличением вероятности проявления различных рисков и угроз;
- расширение взаимодействия среди субъектов хозяйствования, которое требует согласования действий между органами власти, научными структурами, бизнесом и другими участниками экономической цепи;
- пропаганда Форсайт-технологий Европейским Союзом и UNIDO среди всех ветвей общества.

Таким образом, необходимость использования технологий Форсайта очевидна, поскольку новый цикл развития науки и технологий стартует в условиях нестабильности и высокого уровня неопределенностей, далее переходит в стадию динамического дисбаланса и заканчивается все тем же нарастанием неопределенностей и нестабильности. По мнению автора, Форсайт превращается в способ для задействования всех заинтересованных сторон в процесс разработки и реализации стратегического управления и развития предприятий различных отраслей промышленности. Также Форсайт выступает основным инструментом в обеспечении активизации диалога между государством и обществом. Форсайт выступает технологией информирования не только субъектов стратегического развития, но и разных слоев населения не только о тех решениях, которые приняты в настоящее время, но и о проблемах, которые с различной степенью вероятности могут возникнуть в ближайшем и долгосрочном будущем.

Список использованных источников

1. Ben R. Martin Technology Foresight in a Rapidly Globalizing Economy, SPRU / Ben R. Martin. – Science and technology Policy research, University of Sussex, 2005.
2. Ефимов В.С. Методологические принципы проведения Форсайта [Электронный ресурс] / В.С. Ефимов, А.В. Лаптев. – Режим доступа: <http://foresight.sfu-kras.ru/node/48>. (дата обращения: 09.03.2019 г.)
3. Зеленов Н. Роль метода технологического прогнозирования в модернизации экономики / Н. Зеленов // Мир. – 2015. – №5. – С. 32-37.

ЗАДАЧИ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА СИСТЕМ УЧЁТА УГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

СТЕХИН А.П.,

канд. техн. наук, доц.,

*доцент кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Структура систем учёта угольной продукции не отличается особой сложностью и в общем случае состоит из средств измерения массы, каналов передачи информации и ПЭВМ с устройствами сопряжения и специализированным программным обеспечением. Однако в зависимости от функциональных и технико-экономических свойств подобных систем к их компонентам могут предъявляться разнообразные и зачастую весьма противоречивые требования по качеству, стоимостным характеристикам, выполняемым функциям и т.д. [1]. Это приводит к разнообразию применяемых технических средств и программных продуктов. Например, средства измерения массы могут представлять собой весы и дозаторы непрерывного действия (конвейерные весы), статические весы (вагонные или автомобильные). Каналы связи строятся на базе специализированных систем телемеханики, либо используются волоконно-оптические системы передачи информации. В качестве программного обеспечения возможно использование SCADA-систем различного класса или систем общего назначения.

Указанное разнообразие компонентов систем учёта угольной продукции приводит к необходимости применения специальных средств и методов оптимизации их характеристик с целью повышения конкурентоспособности и снижения сроков окупаемости при внедрении.

Одним из наиболее эффективных методов достижения оптимальных параметров систем является функционально-стоимостной анализ (ФСА) [2].

ФСА – это метод комплексного системного исследования функций объекта, направленный на обеспечение его общественно необходимых потребительских свойств при минимальных затратах на реализацию и использование этих функций на всех этапах его жизненного цикла. В рассматриваемом случае эффективность системы учёта в целом во многом зависит от соответствия значимости функций и затрат на их реализацию. Сложность проведения ФСА системы учёта угольной продукции и её отдельных элементов специального исполнения для применения в условиях угольных предприятий заключается в том, что в большинстве своём многие компоненты используются для выполнения нескольких функций, обеспечения нескольких свойств и качественных характеристик.

ФСА является постоянно развивающимся методом, и в данном случае также целесообразно усовершенствовать некоторые его аспекты [3]:

- включать в перечень рассматриваемых факторов помимо функций некоторые определяющие свойства компонентов системы;
- применять в процессе анализа функции с наименьшей погрешностью аппроксимации;
- весовые характеристики функций и их стоимость выражать в удельных единицах, что частично помогает избежать влияния инфляционных явлений – результаты исследований будут носить долговременный характер;
- результаты анализа (функционально-стоимостная диаграмма) отображать в виде разностной гистограммы, что значительно повышает наглядность по сравнению с традиционной интерпретацией.

Список использованных источников

1. Стехин А.П. Техничко-экономические аспекты выбора компонентов систем учёта угольной продукции. Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития: Материалы IV международной науч.-практ. конф. 28-29 ноября 2017 г., г. Алчевск / ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ», 2017. – С. 267-270.

2. Силаев В.И. Стратегия обновления продукции: учебник / В.И. Силаев, А.П. Стехин, В.В. Сидоренко. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2016. – 242 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bibliotekad.ucoz.ua/files/strategija_obnovlenija_produkcii.pdf.

3. Стехин А.П. Улучшенная функционально-стоимостная диаграмма средств измерения массы: сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 4: Социально-экономическое развитие Донбасса: проблемы и решения / ГОУ ВПО ДонАУиГС. – Донецк: ДонАУиГС, 2016 – С. 53-62.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРУ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

ТАРАСОВ И.В.,

учитель физической культуры,

Муниципальное образовательное учреждение г. Донецка № 47

Физическую культуру и спорт необходимо отнести к специфической сфере по отношению сочетания коммерческого и некоммерческого характера деятельности и производства различных товаров и спектра услуг. В спортивной индустрии особенно ощущается острый дефицит квалифицированных специалистов, которые хорошо разбираются в проблемах сегментации рынка и свободно владеют информацией и знаниями по экономической финансовой стабильности данной отрасли. Профессиональная компетенция значительно

отстаёт от современных требований в области освоения маркетинговых принципов управления в сфере физической культуры и спорта. Исследовав концепцию, учёные пришли к выводу о том, что «применение маркетинга может дать высшему учебному заведению физкультурного профиля желаемый эффект в том случае, если специалистами будут реализованы принципиальные подходы к организации своей деятельности».

Для понимания требований к специфике маркетинговых принципов в индустрии спорта целесообразно рассмотреть социальные функции, которые выполняет физическая культура и спорт. Физической культуре и спорту как общественному явлению присущи различные социальные функции.

Соревновательной деятельности в спорте свойственно острое (но не антагонистическое) соперничество, чёткая регламентация взаимодействия участников соревнований, унификация соревновательных действий, условий их выполнения и способов оценки достижений. Это обусловлено соответствующими (локальными, национальными, международными) спортивными классификациями и правилами соревнований. Непосредственная цель соревновательной деятельности в спорте – достижение наивысшего результата, выраженного в условных показателях победы над соперником или в других показателях, принятых условно за критерий достижений.

Что касается воспитательной функции физической культуры и спорта следует отметить, что, с одной стороны, она предусматривает повышение эффективности соревновательной деятельности, а с другой – способствует всестороннему воспитанию социально активной личности. Но в целом спортивная деятельность сама по себе желаемого воспитательного эффекта не обеспечивает, влияние спорта может дать как положительный, так и отрицательный результат.

Производственная функция физической культуры и спорта из сплочения производственных коллективов способствует повышению производительности труда, установлению благоприятного психологического микроклимата, внедрению норм и правил здорового образа жизни. В свою очередь, из-за функции повышения физической активности происходит подготовка к различным видам общественной деятельности, содействие всестороннему развитию человека, совершенствование физических и духовных способностей, расширение арсенала жизненно важных двигательных умений и повышение их надёжности в сложных экстремальных условиях.

Стремление как участников соревнований, так и болельщиков получить эмоциональный заряд удовлетворяет зрелищная функция. Она создаёт благоприятные условия для просветительской работы для привлечения широкой аудитории зрителей к систематическим занятиям физическими упражнениями и аттрактивными видами спорта. Данная функция непосредственно связана с экономической. При правильной организации соревновательной деятельности квалифицированными специалистами принимаются современные требования к спортивной индустрии в условиях

рыночной системы, что даёт возможность популяризации конкретного вида спорта, в будущем побуждает инвесторов к вложению своих средств с целью получения прибыли в развитие конкретного вида спорта.

Экономическая функция также заключается в самообеспечении финансовыми средствами развития физической культуры и спорта, где источником финансирования могут быть спортивные лотереи, производственная и издательская деятельность, реклама и атрибутика, коммерческие спортивные мероприятия и др. Следует обратить внимание на то, что именно формирование экономических знаний в области спортивной индустрии реализуется через сочетание познавательных, теоретических и практических компонентов, что способствует формированию гармоничной, всесторонне развитой личности, для которой профессиональные знания, умения и навыки, их постоянное обновление составляют основу самореализации в экономической сфере общества.

Познавательные компоненты создают не только систему финансовых, технологических, технических, экономических и правовых знаний в системе физической культуры и спорта, но и определяют внутреннюю культуру молодёжи, формируют её готовность к квалифицированной профессиональной деятельности в условиях рыночной системы.

СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ТАРАСОВА Н.С.,

*ст. преподаватель кафедры физического воспитания
ГООУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

На современном этапе рыночных преобразований в Донецкой Народной Республике возникает вопрос о формировании качественного для развития инфраструктуры спортивного бизнеса. Кроме благоприятного нормативно-правового поля, регламентирующего деятельность структуры профессионального спорта, возникает необходимость в действенных маркетинговых разработках, которые позволили бы, учитывая реалии нашего потребительского рынка, производить конкурентоспособный товар, получать прибыль, и, как следствие, увеличивать количество клубов; удовлетворять потребности потребителей, оставаясь одним из самых социально значимым и общественно-полезным явлением.

Идеология структуры спорта по направленности предпринимательской деятельности определяется многими факторами:

– историческими особенностями страны, региона, континента;

- спецификой социально-экономической системы, существующей в той или иной стране;
- особенностями ментальности населения и тому подобное.

Совокупное действие этих факторов, наконец, определяет подход (модель) к развитию спорта как массового, так и профессионального. Главной тенденцией современного этапа развития является преобладание коммерческой и спортивной формой предпринимательской деятельности.

В настоящее время движущим рычагом развития предпринимательской деятельности структур профессионального спорта является активное применение ими рыночных управленческих технологий, прежде всего маркетинга. Современный маркетинг в спорте трактуется как метод, идеология и философия предпринимательства, как основа для принятия решений, которые приводят деятельность организации (лига, клуб) в соответствие с потребностями рынка. Поскольку маркетинг ориентирован, прежде всего, на рынок, то и все действия должны соответствовать пожеланиям заказчика (потребителя) с учётом возможностей конкурентов.

Следовательно, встаёт вопрос управления маркетингом. Элементы этого процесса должны быть основными ступенями финансовой отчётности. Именно она представляет собой процесс, в ходе которого могут быть изучены все виды маркетинговой деятельности и определена эффективность маркетинга.

Спортивный маркетинг почти целиком построен на общей концепции производственно-экономического маркетинга, потому что современная экономика предлагает спорту механизм, с помощью которого и осуществляется его коммерциализация. Эффективность спортивного маркетинга зависит от адекватной оценки конкретной ситуации и программы действий, учитывающей специфику спортивного продукта. Итак, спортивный маркетинг существенно влияет на расширение спортивного календаря и изменение правил соревнований. Это происходит в основном за счёт:

- проведения новых соревнований, которые полностью соответствуют интересам спортивных организаций, средств массовой информации, в первую очередь телевидения и рекламодателя;
- формирования новых систем проведения соревнований;
- изменения правил проведения соревнований с целью повышения их зрелищности;
- предоставления дополнительных услуг до, во время и по окончании соревнования и др.

Каждая спортивная организация предлагает комплекс продуктов или услуг, предоставленных для потребителя. Основным продуктом является и деятельность клуба или федерации, которая в уставе этой организации характеризуется как её непосредственная задача. Для выполнения своей хозяйственной деятельности спортивное предприятие должно иметь

соответствующие средства производства, составляющих его имущество. Важно иметь в виду, что дистрибутивная функция спортивного маркетинга фокусируется на расположении и дизайне спортивного сооружения, а затем переключается на деятельность по распространению билетов, поиск спонсоров, продажу лицензионных товаров и т.д.

Маркетинг требует рационально построенной схемы, деления на этапы, которые логически предусматривают следующее:

- анализ условий существующего рынка, на основе которого выявляют наиболее важные тенденции («стратегический анализ»), разработку долгосрочной стратегии, которая является основой современного маркетинга;

- конкретизацию одного из вариантов стратегического плана. На этом этапе осуществляется выбор средств для его реализации.

Программа маркетинга в спорте включает в себя весь комплекс коммерческих и других мероприятий, направленных на доведение товара до потребителя, улучшение финансового положения организации. Эффективность маркетинга оценивается, в конце концов, по величине прибыли. Анализируя в качестве образца доходы от маркетинговой деятельности ведущих мировых клубов и лиг, можно выделить основные направления развития маркетинга спорта.

На всех этапах маркетинга важным фактором является изучение рынка. Исходя из этого, отметим, что рынок потребителей профессионального спорта в Республике требует досконального изучения с элементами сегментации, для чего необходима хорошо отрегулированная система информационного обеспечения.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ КАК КОМПОНЕНТ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ТЕРОВАНЕСОВ М.Р.,

*д-р экон. наук, профессор, зав. каф. экономики и менеджмента
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»;*

БАУЭР А.В.,

*старший преподаватель кафедры «Организация перевозок
и управление на железнодорожном транспорте»
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»*

Невозможно переоценить роль информации в современном обществе. Знаменитая фраза Натана Ротшильда «Кто владеет информацией, тот владеет миром» вряд ли потеряет свою актуальность в ближайшее время.

Информация лежит в основе моделирования простых и сложных систем, процессов, высокоточных интеллектуальных технологий, выполнения прогнозов и анализа. Профессор делового администрирования фонда Джона Х. Макконнелла в Мичиганском государственном университете Доналд Бауэрсокс и его коллега профессор маркетинга и логистики того же университета Дэйвид Клосс в своей культовой книге «Логистика: интегрированная цепь поставок» оценили роль информации на рынке логистических услуг следующим образом: «фирмы с передовыми логистическими системами считают, что дешевле с помощью информации искать оптимальные решения, чем осуществлять неоптимальное перемещение запасов» [1]. Совокупность информации, сопровождающей определённый процесс продвижения какого-либо материального потока или потока услуг внутри логистической системы и при контакте с внешней средой, можно считать информационным потоком. Информационные потоки являются стратегическими по своему значению. Л.Б. Миротин совместно с коллективом авторов дают следующее понятие информационного потока [2]: это поток сообщений в речевой, документной (бумажной и электронной) и другой форме, генерируемый исходным материальным потоком в рассматриваемой логистической системе, между звеном логистической системы или логистической системой и внешней средой, и предназначенный для реализации управляющих функций. А.М. Гаджинский приводит такое определение: информационный поток – это совокупность циркулирующих в логистической системе, между логистической системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления и контроля логистических операций [3].

Вышеприведенные определения информационных потоков находятся в источниках, описывающих либо логистику материальных потоков, либо логистику перемещения (транспортную), то есть наиболее традиционные и исследованные виды логистики. Но мы отметим, что в последние десятилетия логистика становится весьма актуальной концепцией для такой экономической системы, как образовательная организация (ОО). Актуальность исследований в данной сфере подтверждается наличием научных разработок и предлагаемых подходов к решению проблемы налаживания информационных связей ОО. Так, например, авторы [4] говорят о структуризации управления информационными потоками образовательной организации как платформе для эффективного сотрудничества между различными участниками образовательного процесса. Однако при этом рассматриваются только информационные потоки внутренней среды ОО. Внешние связи ОО весьма сильны и формируют не менее сложные и стратегически значимые информационные потоки, оказывающие влияние на многие внутренние процессы организации. Особенно сильному влиянию внешней информации, на наш взгляд, подвержены ОО технической инженерной направленности. К таким организациям относятся

транспортные, политехнические, энергетики и машиностроения, строительно-архитектурные ОО – Донецкий регион является ярким представителем промышленного региона, для которого подготовка инженерных кадров была, есть и остается актуальной задачей. Это обусловлено прямой зависимостью знаний, предоставляемых образовательной организацией, от реального производственного технологического процесса. На преподавателей ОО технической направленности, в частности, транспортных, ложится двойная информационная нагрузка – следовать за инновационными тенденциями в образовательной сфере и своевременно отслеживать изменения и инновации в транспортных процессах и системах. Это необходимо для ежегодной корректировки содержательного наполнения дисциплин, связанных с получением профессиональных знаний и навыков. Почерпнуть такую информацию возможно лишь извне, тесно контактируя в первую очередь с профильными предприятиями, транспортными структурными подразделениями, министерством транспорта.

Вопрос изучения методологических основ и практической реализации налаживания информационных связей ОО с представителями внешней профессиональной среды был и остается весьма актуальным, требующим дальнейших исследований и внимания как со стороны образовательных организаций, так и со стороны заинтересованных представителей внешнего стейкхолдер-менеджмента. На наш взгляд, устойчивое положение образовательной организации на рынке образования напрямую зависит от качества предоставляемой услуги, которое, в свою очередь, зависит от своевременно предоставленной информации нужного качества и в требуемом количестве, диктуемой условиями времени и рынка, точно в срок.

Список использованных источников

1. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.
2. Основы логистики: учебное пособие / под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 200 с.
3. Гаджинский А.М. Основы логистики: учебное пособие / А.М. Гаджинский. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1997. – 124 с.
4. Киричек Г.Г. Управление информационными потоками вуза как подсистема инновационного образования / Г.Г. Киричек, Д.М. Пиза // Инженерное образование. – 2007. – №4. – С. 183-189.

ИНТЕГРАЦИЯ БИЗНЕСА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСОБАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА

ТИТАРЕНКО В.В.,

*аспирант кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В настоящее время для обеспечения социально-экономического развития Донецкая Народная Республика нуждается в повышении эффективности и соответствующей государственной поддержке интеграционных процессов бизнеса, науки и образования.

Установлено, что интеграция – понятие сложное и многогранное, единого определения которого в международной практике сегодня не существует, уже хотя бы потому, что при её изучении мы имеем дело с взаимоотношением частей и создаваемого ими целого, которое при этом имеет свои собственные свойства, отличные от суммы свойств отдельных элементов. Исходя из проведенного анализа, под интеграцией понимают объединение частей для того, чтобы они могли работать вместе или представлять целостную систему [1, с. 707].

В сложных социально-экономических системах, складывающихся и функционирующих во многих государствах, сегодня усиливается социальная направленность вектора развития экономики, проявляющаяся в возрастании роли потребностей развития общества при производстве, распределении, обмене и потреблении товаров и услуг. В связи с этим, процессы, происходящие в таких системах, целесообразно рассматривать не только с позиции действия экономических законов, но и с позиции подходов, определяющих основы социального партнёрства и взаимодействия в обществе [2, с. 290-291].

В соответствии с этим, интеграцию бизнеса, науки и образования можно рассматривать как особую модель социального партнёрства, под которой следует понимать процесс сближения (объединения) самостоятельных субъектов (социальных партнёров), обладающих способностью к саморегулированию и саморазвитию, на основе согласования интересов для достижения совместных целей социально-экономического развития государства.

Социальными партнёрами в процессе интеграции бизнеса, науки и образования могут выступать работодатели (коммерческие и некоммерческие организации), научные, научно-исследовательские, образовательные учреждения и сами обучающиеся, которые взаимодействуют между собой на основе следующих принципов социального партнёрства и взаимодействия:

- социальная справедливость;
- свобода объединений и добровольность принятия обязательств;

- многоуровневый характер взаимодействия;
- равноправие социальных партнёров;
- учёт интересов и ожиданий социальных партнёров;
- готовность реагировать на существенные для субъекта и его социальных партнёров вопросы и примирительный характер согласования разногласий.

Социально-экономические условия интеграции бизнеса, науки и образования закреплены в обществе знаний и умений, целей и ценностей, связанных с воспроизведением надлежащего инновационного потенциала, определением роли бизнеса, науки и образования в развитии общества и государства. Инициаторами интеграции могут становиться как работодатели, так и научные, образовательные учреждения, в зависимости от сложившихся производственных отношений, традиций и моделей регулирования. При этом взаимодействие социальных партнёров, а именно работодателей, научных и образовательных учреждений, или, в широком смысле – бизнеса, науки и образования, в процессе интеграции требует государственной поддержки в силу ряда причин:

- во-первых, качественное образование, результаты которого используются далее в общественном производстве и обеспечении научно-технического прогресса, лежит в основе социально-экономического развития региона и государства в целом;

- во-вторых, многие сегодняшние партнёрства между бизнесом и университетами являются неэффективными [3, с. 28], в том числе вследствие разнотипности интересов, низкой заинтересованности в интеграции и отсутствия инициативности социальных партнёров;

- в-третьих, при взаимодействии часто отсутствует уважительное и доверительное отношение партнёров друг к другу, что может выступать следствием разнотипности сформированной организационной культуры представителей бизнеса, науки и образования.

Таким образом, интеграция бизнеса, науки и образования как особая модель социального партнёрства, выступающая многосторонним взаимовыгодным процессом, требует разработки специальных научно-обоснованных подходов к управлению как самим процессом интеграции, так и взаимодействием социальных партнёров в процессе интеграции для обеспечения социально-экономического развития государства.

Список использованных источников

1. Мохначев С.А. Интеграция образования, науки и бизнеса: тенденции на мезоуровне / С.А. Мохначев, К.С. Мохначев, Н.П. Шамаева // *Фундаментальные исследования*. – 2012. – № 3-3. – С. 707-711.

2. Армашова-Тельник Г.С. Роль социального партнёрства в системе социально-трудовых отношений / Г.С. Армашова-Тельник // *Вестник*

Воронежского государственного ун-та инженерных технологий. – 2015. – № 3. – С. 290-294.

3. Поправка И. Сотрудничество бизнеса с вузами: возможности для обеих сторон / И. Поправка // Управление персоналом – Украина. – 2014. – № 2. – С. 28-29.

ЭРГОНИМЫ КАК ЧАСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УСОВА О.О.,

*канд. филол. наук, доцент, заведующий кафедрой краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Обогащение словарного запаса любого живого языка является одним из показателей его развития. В последние годы в связи с политическими, экономическими, научно-техническими и культурными преобразованиями кроме различных групп нарицательной лексики русского и украинского языков активно пополняется и онимная лексика. И в первую очередь здесь активно развиваются эргонимы, что предопределено новыми требованиями жизни общества. Именно в этом классе онимной лексики происходят новые процессы, характеризующие современное состояние системы.

Особого внимания среди проблем современной эргонимии заслуживает функциональная характеристика эргонимов. А в последнее время исследователи активнее стали выделять аттрактивную функцию эргонимов [5, 9], то есть функцию, направленную на привлечение внимания к месту продажи конкретных товаров, предоставления услуг и т. д., а через них – и к самим товарам и услугам. Для чего и нужны красивые, запоминающиеся названия, иногда необычные по своей семантике, структуре, выбивающиеся из общих правил орфографии, заставляющие задуматься, а в ряде случаев даже обратиться к справочной литературе для расшифровки их сути. Поэтому *целью* нашей работы является описание эргонимов как части маркетинговой политики предприятия, то есть эргонимов в аттрактивной функции и выделение средств ее реализации.

Наиболее полно аттрактивная функция эргонима реализуется у наименований торговых предприятий, предприятий сферы услуг, которые, по терминологии Н.В. Шимкевича, относятся к коммерческой эргонимии [5, с. 4]. Эти названия воздействуют на адресата «с целью принятия им решения предпочесть услуги фирмы, обозначенной этим эргонимом, услугам конкурирующих фирм» [5, с. 6], однако, чтобы воздействовать, они должны сначала привлечь внимание.

Реализующаяся с помощью конкретных языковых средств, стилистических приемов аттрактивная функция самая лингвистическая из всех.

Наиболее привлекательными для покупателей/посетителей являются эргонимы, содержащие в себе:

- слова положительной семантики (*радость, магия, рай, уют и др.*);
- слова, связанные с характеристикой высокого уровня жизни (*комфорт, престиж, эксклюзив*);
- слова с положительной семантикой, привнесенной в эргонимы с помощью словообразовательных средств (магазин «*Баумачок*», турфирма «*Путевочка*», рестораны «*Избушка*», «*Теремок*»);
- использование в составе эргонимов модных, популярных слов: *евро, техно, супер, люкс* («*Евроспорт*», «*Евросток*», «*Технополис*», «*Супермама*», «*Супероптика*», «*Люкс*», «*Термолюкс*»); *территория, галерея, квартал* («*Территория низких цен*», «*Галерея путешествий*», «*Галерея сумок*», «*Модный квартал*»); *город, страна, планета, континент, империя, море* («*Город игрушек*», «*Модный город*», «*Маленькая страна*», «*Мебельная страна*», «*Планета воды*», «*Планета здоровья*», «*Зооконтинент*», «*Детский континент*», «*Империя детства*», «*Империя пиццы*», «*Море путешествий*»); «*мир*» («*Мир жилья*», «*Мир лакомств*», «*Мир массажа*», «*Ароматный мир*», «*Чистый мир*», «*Швейный мир*»);
- использование метафорических выражений («*Очарование батиста*», «*Магия меха*», «*Рай заколок и бантов*», «*Мир вкуса*», «*Планета отдыха*», «*Территория стиля*», турфирмы «*Ветер странствий*» и «*Калейдоскоп путешествий*», «*Мясная весна*», «*Сырное королевство*», «*Текстильные фантазии*», «*Джинсовая симфония*»);
- использование окказиональных слов («*Гардиния*», «*Спортландия*», «*Шопоголик*», детские магазины «*Топотушка*», «*Умняшка*», кафе «*Разгуляево*», «*Нирвашка*», «*Обедофф*»);
- использование заимствований («*Armani*», «*CalvinClein*», «*Prada*», «*Levi's*», «*O'stin*», «*Bosch*»);
- использование транслитерированной записи русских слов английскими буквами («*Bashmachok*», магазины одежды «*Vereteno*», «*Komod*», «*Sarafan*»), модификаций гибридных названий, совмещающих элементы разных алфавитов («*Баумачокf*», «*ГардеробChik*», «*Klassuk*», «*Lady Moda*»).

Указанные языковые средства, реализующие аттрактивную функцию эргонимов, показывают наличие различных приемов привлечения внимания к товарам, услугам и подтверждают важность этой функции эргонима в решении маркетинговых задач.

Эргонимы очень живо реагируют как на экономические изменения, сиюминутные требования торговли, так и на изменения в языке в конкретный период его развития. Одни названия исчезают, на их смену приходят другие,

поэтому, цитируя В.А. Ражину, можно назвать эргонимы «носителями кратковременной фоновой информации»[4, с. 19], что и делает их не только эффективным «оружием» в продвижении товаров, но и благодатным материалом для исследований.

Список использованных источников

1. Бутакова Е.С. Эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Бутакова Екатерина Сергеевна. – Томск, 2013. – 225 с.
2. Козлов Р.И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Козлов Роман Игоревич. – Екатеринбург, 2000. – 151 с.
3. Лесовець Н.М. Ергонімія м. Луганська: структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Укр. мова» / Лесовець Н.М. – Луганськ, 2007. – 22 с.
4. Ражина В.А. Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / Ражина В.А. – Краснодар, 2007. – 24 с.
5. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Шимкевич Н.В. – Екатеринбург, 2002. – 23 с.

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

УШАКОВ А.В.,

*канд. биол. наук, доцент, зав. кафедрой физического воспитания
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»;*

ФАЛЬКОВА Н.И.,

*канд. наук по физ. воспитанию и спорту, доцент,
профессор кафедры физического воспитания
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»*

Система управления адаптивной физической культурой требует содержания, направленного на личностное ориентированное отношение к людям с особыми потребностями. К тому же, сегодня проблема инвалидности в Донецкой Народной Республике стоит особо остро, в связи с военным конфликтом, ухудшением экологии и прочими неблагоприятными факторами, влияющими на здоровье человека.

Механизмы управления адаптивной физической культурой, прежде всего, должны опираться на базовые инструментарию в виде целей, принципов и задач, а также нормативно-правовые акты в данной области

социальной практики. В статье 39 Закона Донецкой Народной Республики «О физической культуре и спорте» отмечено, что «Физическое воспитание в системе образования осуществляется в учебное и во внеурочное время. Образовательные учреждения с учётом местных условий и интересов обучающихся самостоятельно определяют формы занятий физической культурой, средства физического воспитания, виды спорта и двигательной активности, методы и продолжительность занятий физической культурой в соответствии с государственными общеобязательными стандартами образования, нормативами физической подготовленности и типовыми учебными планами», «Обучающиеся и воспитанники с ограниченными физическими возможностями занимаются с использованием средств адаптивной физической культуры и спорта (пункт 2.2).

В статье 43 (пункт 4) устанавливается что «Адаптивная физическая культура является частью физической культуры, использующей комплекс эффективных средств физической реабилитации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья...».

Управление системой адаптивной физической культуры, содержит задачи, которые отражают особенности занимающихся – лиц с отклонением здоровья и инвалидов (рис. 1).

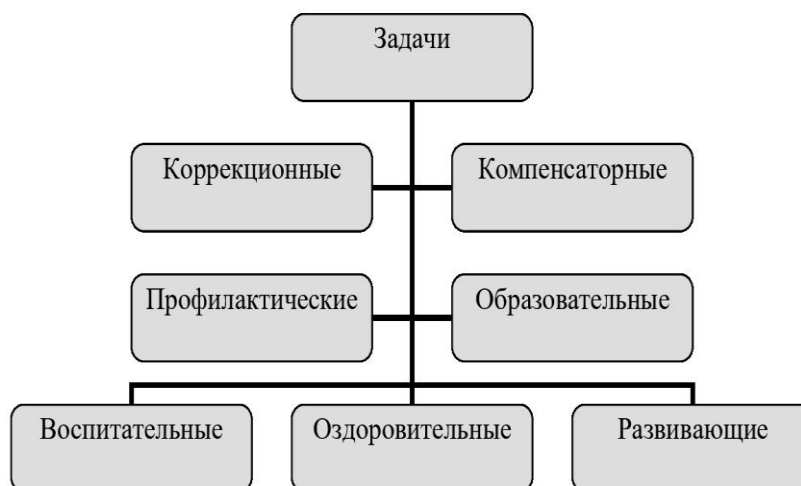


Рис. 1 Задачи адаптивной физической культуры

Задачи адаптивной физической культуры тесно переплетаются с общеметодическими и специальными принципами, которые направлены на удовлетворение потребностей людей с ограниченными возможностями в физической активности, восстановление, укрепление и поддержание здоровья, развитие личности, самосовершенствование, актуализации физической и духовной силы для улучшения социализации жизни и интеграции в общество (рис. 2). Принципы служат целью для разработки практики управления, профессионального обоснования технологий в соответствии с целями адаптивной физической культуры.

Каждый их принципов основных типов адаптивной физической культуры раскрывает потенциал управления, ресурсы средств и методов, которые вносят предельно возможное увеличение жизнеспособности инвалида, наиболее полное развитие индивида, достижение бытовой и социальной независимости, умственной активности, профессиональной деятельности в полном объёме и достижение общих выдающихся результатов в жизни.



Рис. 2 Общеметодические и специально-методические принципы адаптивной физической культуры

Соблюдение механизмов управления адаптивной физической культурой в Донецкой Народной Республике позволяет поднять на более высокий уровень всю структуру комплексной реабилитации инвалидов и лиц с отклонениями в состоянии здоровья, их интеграции в обществе.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ГЧП В СФЕРЕ ЖКХ

ФИЛИПЮК А. О.,

*ассистент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Состояние коммунальной инфраструктуры является одним из наиболее значимых показателей уровня развития экономики государства в целом. Так, например, в Российской Федерации, как и во многих странах, инфраструктура коммунального сектора не в полной мере удовлетворяет темпам экономического развития. При этом развитие коммунальной инфраструктуры осложняется проблемами, характерными для всей экономики: недостаточность государственного финансирования, сложности с привлечением денег и необходимость обеспечения ускоряющегося спроса на инфраструктурные услуги.

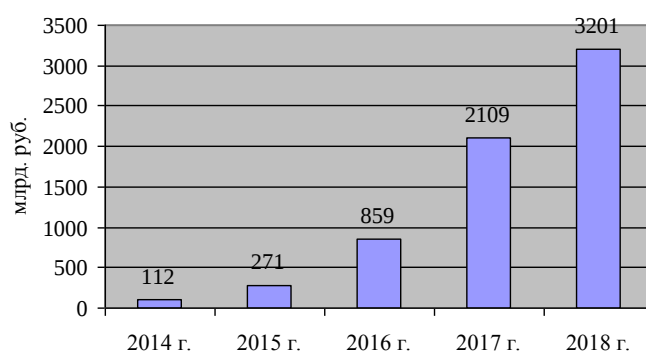


Рис. 1. Динамика роста числа реализуемых проектов ГЧП в сфере ЖКХ и благоустройства

В настоящее время в Российской Федерации государственная система управления сферой ЖКХ и благоустройства ставит в приоритет использование механизмов государственно-частного партнерства как основного способа преодоления масштабных инфраструктурных дисбалансов. Несмотря на общее увеличение количества заключаемых концессионных соглашений в сфере ЖКХ, общий объем принятых инвестиционных обязательств частных инвесторов в проектах ГЧП в ЖКХ и благоустройстве по состоянию на ноябрь 2017 г. составил 435,6 млрд руб.

Управление проектам ГЧП в ЖКХ требует мониторинга результатов на каждом этапе реализации, особенно на этапе возврата инвестиций. Для повышения качества управления проектами ГЧП, кроме традиционных, необходимы новые эффективные механизмы возврата инвестиций частному партнеру, что обеспечивают платежные механизмы (табл. 1).

Модели возврата частных инвестиций, используемые в проектах ГЧП, можно условно разделены на три группы [2]:

Таблица 1

Платежные механизмы в управлении ГЧП

№ п/п	Сфера применения	Прямой сбор платы и коммерческая деятельность	Смешанная модель возврата инвестиций	«Плата за доступность»
1	Социальная сфера	139 проекта (на 31,6 млрд. руб. частных инвестиций)	8 проектов (на 0,59 млрд. руб. частных инвестиций)	53 проекта (на 53,55 млрд. руб. частных инвестиций)
2	Транспортная сфера	30 проектов (на 434,5 млрд. руб. частных инвестиций)	1 проект (на 2 млрд. руб. частных инвестиций)	9 проектов (на 123,7 млрд. руб. частных инвестиций)
3	Коммунально-энергетическая	110 проектов (на 33,5 млрд. руб. частных инвестиций)	6 проектов (на 7,7 млрд. руб. частных инвестиций)	Нет проектов
4	Информационные системы (IT-инфраструктура)	Нет проектов	Нет проектов	15 проектов (на 40,8 млрд. руб. частных инвестиций)
5	Другие	13 проектов (на 3,3 млрд. руб. частных инвестиций)	2 проекта (на 0,63 млрд. руб. частных инвестиций)	2 проекта (на 0,25 млрд. руб. частных инвестиций)
6	Итого	292 проекта (на 502,9 млрд. руб. частных инвестиций)	17 проектов (на 10,92 млрд. руб. частных инвестиций)	79 проектов (на 218,3 млрд. руб. частных инвестиций)

«Плата за доступность» как правило, включает компенсацию затрат на создание и эксплуатацию объекта, а также обеспечение необходимого уровня доходности и покрытие расходов на обслуживание долгового финансирования.

Смешанная модель возврата инвестиций представляет собой два основных источника возврата инвестиций: платежи из бюджета и коммерческая деятельность.

Прямой сбор платы с потребителей применяется, если платежи из бюджета на эксплуатационной стадии не предполагаются, возврат инвестиций осуществляется исключительно за счет коммерческой деятельности частного инвестора.

Несмотря на положительную динамику по количеству коммунальных проектов, вопрос нехватки финансирования остается актуальным. Поддержание системы ЖКХ осуществляется в пределах средств,

предусмотренных тарифами на коммунальные ресурсы, но этих средств не хватает, а износ инфраструктуры опережает вложенные средства. Повышение качества управления проектами ГЧП носит актуальный характер и требует выработки новых механизмов усовершенствования уже имеющихся.

Список использованных источников

1. Ивановская, Л. А. Реализация механизма государственно-частного партнерства в проектах электронного правительства на основе принципа «платформенного управления» / Л. А. Ивановская // Государственно-частное партнерство, 2016 г. - № 4 Т. 3
2. Официальный сайт Национального центра государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://pppcenter.ru/>.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТЕЙ

ХУБЕДЖЕВА Н.А.,

*начальник отдела по работе
с государственными социальными учреждениями и организационной
работы Государственной службы по делам семьи и детей*

Донецкой Народной Республики;

ШАРНОПОЛЬСКАЯ О.Н.,

*канд. экон. наук, доцент,
зав. кафедрой менеджмента и хозяйственного права
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Актуальность повышения качества реализации государственной политики в сфере защиты прав детей на полноценное физическое, интеллектуальное, духовное, нравственное и социальное развитие обусловлено конкретными проблемами современного положения детей в государстве. Социальное неблагополучие ребенка во многом зависит от его семьи, от которой в свою очередь зависит материальная обеспеченность, физическое, психическое и нравственное здоровье ребенка [1, с. 46-51]. Поэтому укрепление института семьи, повышение качества жизни семей с детьми, создание условий для реализации семьей своих функций являются первоочередными задачами, стоящими перед современной государственной политикой в сфере социально-правовой защиты детей и социальной поддержки семьи [2].

В современных условиях социально-экономической нестабильности государству удалось сохранить основные социальные стандарты, наладить систему предоставления и оказания практических всех видов социальных

услуг. Вместе с тем существует немало острых проблем, среди которых наиболее значимыми являются:

- увеличение количества детей, брошенных родителями или отобранных у них по закону;
- социальное сиротство, одной из причин которого является алкоголизм родителей; насилие в семье, уклонение от выполнения родительских обязанностей;
- сокращение учреждений социальной сферы;
- высокий риск бедности при рождении детей, особенно в многодетных и неполных семьях;
- появление новых рисков для жизни и здоровья детей, связанных с вовлечением их в игры «альтернативной реальности».

Однако, наряду с указанными достижениями, в Республике существует множество проблем и нерешенных вопросов, требующих проведения мероприятий и правительственных инициатив по повышению качества государственного регулирования в сфере социально-правовой защиты детей. С этой целью определены основные задачи:

- сохранение и укрепление института семьи;
- обеспечение приоритетного права детей-сирот и детей, лишенных родительского попечения, на воспитание в семье;
- повышение качества предоставляемых социальных услуг семьям с детьми, оказавшимся в сложных жизненных обстоятельствах;
- оказание социально-психологической и правовой помощи семьям с детьми, оказавшимся в сложных жизненных обстоятельствах;
- профилактика вовлечения детей в игры альтернативной реальности и интернет-зависимости;
- профилактика безнадзорности и правонарушений среди детей, защита их прав и интересов;
- создание новых учреждений социальной помощи детям и семьям.

Особенно интересным с точки зрения получения социального эффекта представляет реализация проекта детского социального центра реабилитации детей с девиантным поведением. В настоящее время в Республике отсутствуют учреждения, специализирующиеся на социальной-педагогической коррекции и реабилитации детей с девиантным поведением. Вместе с тем такая необходимость существует, поскольку предполагает снижение уровня детского бродяжничества, профилактики правонарушений, социализации детей с отклонениями в поведении, реабилитации таких детей, адаптации в обществе, социально-педагогической коррекции их поведения. Создание такого учреждения социальной защиты детей поможет снять остроту психологического напряжения, провести адаптацию ребенка к жизни в социально здоровой среде, восстановить или компенсировать утраченные социальные связи, вернуть к важнейшим формам человеческой жизнедеятельности: игре, познанию, труду, общению.

Не менее важным на пути повышения качества государственного регулирования в сфере защиты прав детей является совершенствование механизма осуществления комплексной социальной поддержки и помощи семьям с детьми, оказавшимся в сложных жизненных обстоятельствах, проведения социальной работы, направленной на профилактику социального сиротства. Для решения данного вопроса предлагается рассмотреть возможность создания и функционирования на территории Донецкой Народной Республики Центра социальной поддержки семей и детей что позволит:

- обеспечить предоставление качественной психологической помощи незащищенным категориям граждан;
- увеличить количество семей с детьми, преодолевших причины и последствия сложных жизненных обстоятельств;
- обеспечить недопущение роста социального сиротства;
- содействовать в преодолении посттравматических синдромов граждан, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях;
- обеспечить организацию мобильных форм предоставления социальных услуг семьям с детьми, в т.ч. непосредственно по месту проживания семьи.

Таким образом, практическая реализация государственными структурами и общественными институтами в интересах дальнейшего совершенствования положения в области реализации прав детей Республики в условиях трансформации общества и формирования нового государства в рассматриваемых сферах направлено на удовлетворение социальных потребностей населения, создание нового социального пространства, новых социальных отношений и будет способствовать социальному развитию территории в целом.

Список использованных источников

1. Рыбинский Е.М. Управление системой социальной защиты детства: социально-правовые проблемы: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Е.М. Рыбинский. – М: Издат. центр «Академия», 2004 – 224 с.
2. Государственный доклад о положении детей и семей, имеющих детей, в Российской Федерации, 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minfin.ru/common/upload/.../Doklad_po_regionam_010216-itog.docx

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА ЯСИНОВАТАЯ

ШЕВЧЕНКО Д.С.,

канд. экон. наук,

Глава администрации г. Ясиноватая

В современных условиях активизация роли малых и средних городов в региональном развитии приобретает ключевое значение. Именно в этой категории городов наиболее остро проявляются как положительные, так и отрицательные последствия проведения социально-экономических реформ, развитие малых и средних городов, в большей степени, обуславливает дальнейшее социально-экономическое развитие регионов и страны в целом. В связи с этим проблемы социально-экономического развития малых и средних городов и стратегическое управление этим развитием приобретают особую значимость [1].

Развитие города – многомерный и многоаспектный процесс, который обычно рассматривается с точки зрения совокупности различных социальных и экономических целей. Даже если речь идет только об экономическом развитии, оно обычно рассматривается совместно с развитием социальным [2].

Процесс социально-экономического развития включает в себя различные составляющие, среди которых такие, как повышение доходов, улучшение здоровья населения и повышение уровня его образования.

Рассмотрим эти составляющие на примере города Ясиноватая Донецкой Народной Республики. Территория города составляет 19,2 км² с численностью населения 43,6 тыс. человек.

Задолженность по выплате заработной платы в г. Ясиноватая по состоянию на 01.01.2019 г. составляет 16,7 млн руб. (в том числе 1,5 млн руб. – задолженность, образованная с момента регистрации в Донецкой Народной Республике). Задолженность, образовавшаяся при Украине, – 15,2 млн руб.

Задолженность, образовавшаяся в Донецкой Народной Республике по выплате материальной помощи на предприятиях, в организациях, учреждениях города Ясиноватая по состоянию на 01.01.2019 г. составляет 11,8 млн руб. За период 01.01.2018 г. – 01.01.2019 г. задолженность Донецкой Народной Республики по выплате материальной помощи в городе Ясиноватая уменьшилась на 83,6 тыс. руб.

Среднемесячная заработная плата по состоянию на 01.01.2019 г. в городе составила 9720,0 руб., что на 2130,0 руб. больше, чем по состоянию на 01.01.2018 г. (7590,0 руб.).

Распоряжением главы администрации города Ясиноватая от 10.03.2016 г. №91р создана рабочая группа по вопросам погашения задолженности по заработной плате, повышения уровня заработной платы и решения

проблемных вопросов в сфере трудовых отношений. Динамика погашения задолженности по выплате заработной платы представлена на рис. 1. По состоянию на 01.01.2019 г. проведено 8 заседаний. На заседаниях заслушано и предупреждено 3 руководителя предприятий.

Еженедельно проводится мониторинг по погашению задолженности по заработной плате.

В городе функционирует сеть учреждений образования, которая в достаточной мере удовлетворяет потребности населения в дошкольном, среднем и дополнительном образовании.

По состоянию на 01.01.2019 г. в образовательную структуру входят:

– 11 дошкольных учреждений (8 учреждений ясель-садов, 2 сада, 1 школа-сад), в которых воспитывается 891 детей;

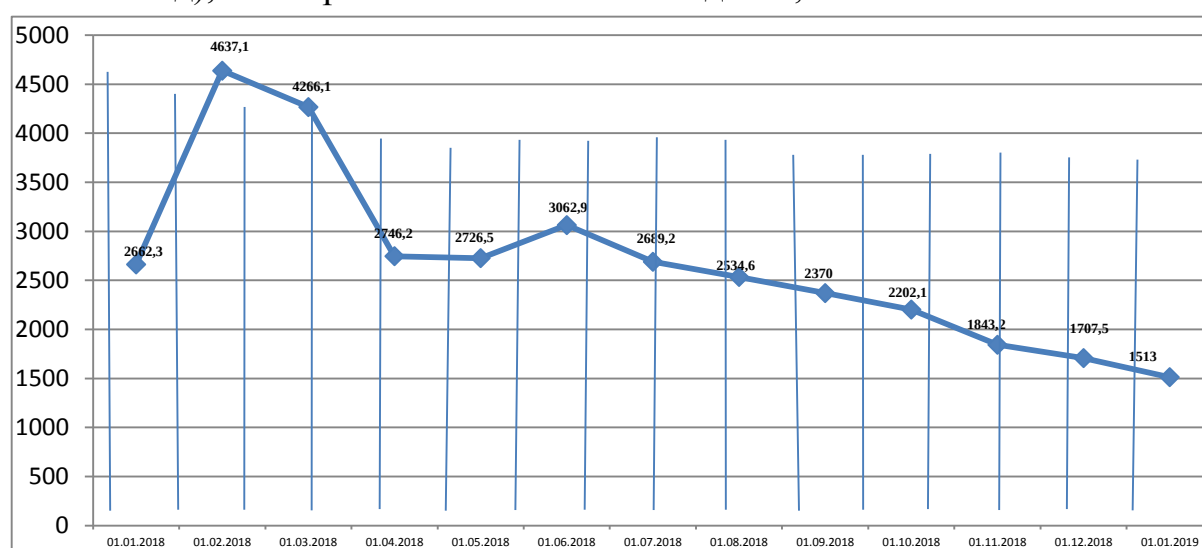


Рис. 1. Динамика погашения задолженности по выплате заработной платы, тыс.руб.

– 9 общеобразовательных школ с контингентом учащихся 2020 человека;

– 5 учреждений (из них 1 школа-сад), ОШ I-III ступеней – 4 учреждения;

– функционирует учреждение дополнительного образования (ДДЮТ с 2 филиалами), которое посещают 387 воспитанников (работает 27 кружков и секций).

В 2018 г. для обеспечения социальной защиты участников учебного процесса израсходовано 23,6 млн руб., (59,2% к Программе), из них: 19,4 млн руб. – средства бюджета города и 4,2 млн руб. – другие источники.

Сеть Ясиноватской центральной районной больницы представлена амбулаторно-поликлиническими подразделениями мощностью 855 посещений в смену, в т.ч.:

– поликлиника № 1 на 355 посещений в смену, в состав которой входит врачебная амбулатория;

- поликлиника № 2 на 500 посещений в смену;
- стоматологическая поликлиника;
- медпункт вокзала Ясиноватой;
- 3 фельдшерских пункта на предприятиях железнодорожного транспорта.

В составе поликлиники развернут дневной стационар на 60 коек.

Стационар мощностью 285 коек, из которых 155 – хирургического профиля. В больнице оказывается ургентная помощь по основным направлениям оказания медицинской помощи. По состоянию на 01.01.2019 г. в больнице работают 98 врачей и 235 младших специалистов с медицинским образованием.

Укомплектованность штатных должностей физическими лицами составляет:

- врачей всего – 52%;
- семейными врачами – 50%;
- средним медперсоналом – 65,8%;
- младшим персоналом – 100%.

Ясиноватская ЦРБ МЗ ДНР обслуживает население численностью 43626 человека, из них 37051 городского населения и 6575 из сельских населенных пунктов.

Для внедрения современных информационных технологий в работе учреждения использовано 109,6 тыс. руб., что 73,1% (средства Республиканского бюджета).

В 2018 г. количество амбулаторных посещений в поликлинике составило 240959, из них с профилактической целью – 54671 (43,9%).

Фактическая мощность поликлиник за 2018 г. составила 529,0 посещения в смену.

В стационаре пролечено 8392 человека, работа койки составила 328,3. Оборот койки – 29,4. Средние сроки пребывания на койке – 11,1.

В 2018 г. по линии гуманитарной помощи больницей было получено медицинское и бытовое оборудование на сумму 731,3 руб.

Медико-демографическая ситуация неудовлетворительная. Естественный прирост населения остается отрицательным.

Рождаемость низкая и составила на 100 тысяч населения 3,6%. В роддоме принято 112 родов, в городе родилось 157 детей.

Общая смертность составила 1000,5 на 100 тыс. населения (443 чел.), по сравнению с прошлым годом снизилась на 7,1%.

Младенческая смертность 5,7 на 1000 родившихся живыми (1 случай).

Общая заболеваемость составляет 15094,3 на 10 тыс. населения, первичная заболеваемость – 5323,6. Данный показатель находится на уровне среднереспубликанского.

За отчетный период на выполнение мероприятий израсходовано 40,9 млн руб. (51,8% к Программе), в том числе из республиканского бюджета 21,9 млн руб., из других источников – 18,9 млн руб.

Таким образом, основными целями социально-экономического развития г. Ясиноватая являются следующие: увеличение доходов населения, улучшение образования, питания и здравоохранения, снижение уровня нищеты граждан, оздоровление окружающей среды, обогащение культурной жизни.

Список использованных источников

1. Каркавин М.В. Факторы, условия и тенденции стратегического социально-экономического развития малых и средних городов / М.В. Каркавин // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 8-3. – С. 694-697.
2. Гаврилов А.И. Региональная экономика и управление: учебное пособие для вузов / А.И. Гаврилов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА В ВОПРОСАХ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ В РАЗВИТИИ ПОДРОСТКОВ

ШЕСТАКОВ В.И.,

*канд. мед. наук, доцент кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

ТОКАРЬ Ю.А.,

*студентка группы СР-16
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Подростковый возраст – важнейший этап в жизни человека, который во многом определяет судьбу человека в его возрастном кризисном периоде.

На становление будущего жителя новой Республики влияет множество факторов: отношения с родителями, социальный статус в коллективе сверстников, академическая успешность, развитость познавательной сферы, сформированность творческих интересов, физиологические особенности.

Социально-экономическая среда должна формировать устойчивый правильный образа жизни человека новой Республики.

Подростковый возраст характеризуется особым интересом взрослеющего человека к себе, к своему внутреннему облику, когда происходит интенсивное самопознание. Ребёнок всё больше стремится выглядеть как взрослый, его поведение на виду окружающих, особенно на виду у сверстников, теряет непосредственность: появляется нарочитая независимость, псевдовзрослость и т.п. [3].

В общении с родителями может ещё некоторое время сохраняться детско-взрослый тип отношений, но вскоре и в этой сфере происходят нарушения.

Человеческая личность формируется и развивается в деятельности и общении. В процессе развития ребёнок вовлекается в различные виды деятельности (игровую, трудовую, учебную, спортивную и др.) и вступает в общение (с родителями, сверстниками, посторонними людьми и пр.), проявляя при этом присущую ему активность, это содействует приобретению им особого социального опыта.

Для нормального развития ребёнка с самого его рождения огромное значение имеет общение. Только в процессе общения ребёнок может освоить человеческую речь, которая, в свою очередь, играет ведущую роль в деятельности ребёнка, в познании и освоении им окружающего мира. Ведущие черты личности развиваются в результате внешнего влияния на личность и его внутренний мир.

На формирование личности влияют три фактора: воспитание, социальная среда и наследственные задатки.

Личность формируется в условиях общественного, конкретно-исторического существования человека, его обучения и воспитания.

Подростковый кризис знаменует собой второе психологическое рождение ребёнка. Подростком этот конфликт переживается как страх потери «Я», как дилемма: быть собой со своим особым и отдельным душевным миром и индивидуальными способностями или быть вместе с теми, кто дорог и ценим.

Объектом недовольства и беспокойства родителей являются:

- поведение ребёнка дома или в школе – неуправляем, «не желает подчиняться школьным требованиям», «невозможно заставить за собой вымыть чашку»;

- черты характера, расцениваемые как неприемлемые – «на первом месте удовольствие», «сын агрессивен» и т.п.

Влияние среды на формирование личности подростка становится особо актуальным, а это специфика общения со сверстниками, а особенно общение как главный вид деятельности подростка. Потребность общения со сверстниками, которых не могут заменить родители, возникает очень рано, ещё в детстве, а с возрастом оно усиливается [4].

Именно на этом этапе жизненного пути подрастающего человека отрицательно сказываются на развитии коммуникативных способностей в самосознании поведения подростка коллективно-групповой способ общения с окружающим миром.

Будущее нашей Республики – это счастливые дети. Лучший способ сделать детей счастливыми – сделать их здоровыми в современном обществе.

Привитие навыков здорового образа жизни является приоритетом направления социальной политики в области образования, а целями общеобразовательной системы должны стать мероприятия, направленные на полноценное физическое, психологическое развитие, закаливание организма, формирование культуры поведения и благосклонного отношения к родителям, сверстникам, старшим, пожилым и инвалидам [1, 2].

Социальная работа в вопросах качества управления воспитательным процессом в развитии подростков в современных социально-экономических отношениях во многом зависит от содержания и характера внутрисемейных отношений, хорошего физического развития, заботы о чистоте тела, удовлетворении потребности в пище и в общении со здоровой социальной средой обитания.

Список использованных источников

1. О здравоохранении; Постановление №I-150П-НС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/zakony-2/>
2. О культуре; принят Постановлением Народного Совета 25.12.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dnr-online.ru/zakony-2/>
3. Социальная работа. Санкт Петербургский государственный университет, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: soc.spbu.ru/obrazovanie/entrant/work_info/
4. Шестаков В.І. Управління соціальною та екологічною безпекою діяльності: навчальний посібник / В.І. Шестаков. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – 299 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ЯГНЮК И.М.,

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Организация логистики на предприятиях, в логистических системах, логистических цепях поставок является существенным фактором организационного обеспечения эффективного логистического управления как в узком смысле (управление перемещениями материальных ресурсов), так и в широком смысле как сущность управления предприятием, философия управления. Рост значения организации логистики в эффективности логистического управления происходило в непосредственной связи с масштабами распространения концепции логистики на процессы и сферы деятельности предприятия [1, с. 167].

Логистическое управление предприятием заключается в управлении материальными и сопутствующими потоками с целью максимального удовлетворения требований потребителей, минимизации затрат и согласования интересов всех участников товародвижения [3, с. 186]. Логистическое управление позволяет за счет оптимизации потоковых процессов и ранее не задействованных резервов в значительной степени снизить затраты на производство и распределение продукции [4, с. 59].

Предметом логистического управления выступают все логистические процессы, связанные с изменением параметров размещения, времени, формы материальных, информационных и финансовых потоков на предприятиях. Оптимизация логистических процессов обуславливает повышение эффективности управления предприятием на основе логистического контроллинга. Сущность контроллинга в логистической плоскости идентифицирована следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Функции логистики и контроллинга в управлении хозяйственными процессами [2, с. 187].

Представленная схема (рис. 1) позволяет выделить результаты положительной интеграции функций логистики и контроллинга, которые системно дополняют друг друга, а именно:

- системная координация логистических процессов на уровне управления (планирование, контроль, регулирование) и реализации (пространственно-временных перемещения средств);
- формирование синергетического эффекта за счет принятия и реализации оптимальных управленческих решений;
- оптимальное решение зависимостей «trade of» в сфере управления и реализации логистических процессов;
- формирование оптимальной структуры и содержания хозяйственных процессов на основе реинжиниринга управленческих и логистических процессов.

Список использованных источников

1. Малярець Л.М. Аналіз ефективності експортно-імпортої діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу / Л.М. Малярець, Г.В. Моргун // Бізнесінформ. – 2015. – № 1. – С. 165-171.
2. Крикавський Є.В. Логістика. Для економістів: підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.
3. Кузьмін О.Є. Система контролю діяльності промислового підприємства: формування та формалізація / О.Є. Кузьмін, М.В. Кізло // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 184-194.
4. Тарасюк М.В. Роль контролінгу в управлінні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності / М.В. Тарасюк // Економіка ринкових відносин. – 2012. – № 9. – С. 57-62.

КОВОРКИНГ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

ЯРЕМЕНКО О.В.,

ассистент кафедры маркетинга и логистики

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

В формировании современного общества особое значение отводится деятельности по изобретению и внедрению инновационных технологий, методов создания товаров и услуг. Трансформация экономики в экономику знаний требует формирования на территории целостной системы, способной высокоэффективно превращать новые знания в новые технологии, продукты и услуги. Достижение такой цели предполагает согласованных действий

органов государственной власти, науки, образования, бизнеса, финансовых институтов и средств массовой информации. Одновременно с этим инновационная политика должна преследовать главную цель – повышение социально-экономического развития региона. Новой тенденцией в поддержке предприятий, предпринимателей, креативной молодежи, частных инициатив становится создание центров коворкинга, в которых предприниматели и талантливые люди работают вместе на одной площади.

Работы по вопросам государственного содействия появлению и развитию различных свободных и специальных экономических зон осуществляли зарубежные ученые: М. Андерсон, Б. Ашейм, Б. Джонсон, Д. Долореукс, А. Мигранян, С. Розенфельд и др.

Целью исследования является установление сущности коворкинга и обоснование его принадлежности к системе инновационной инфраструктуры региона.

Материально-техническую подсистему инновационной инфраструктуры принято представлять такими объектами: бизнес-инкубаторы, инновационно-технологические центры, центры коллективного пользования научным оборудованием, технопарки, технополисы и особые экономические зоны. Современная информатизация и глобализация общества привели не только к усилению связей и стиранию границ между существующими элементами инновационной инфраструктуры, но и к появлению новых, неизвестных ранее элементов. В качестве такового можно назвать набирающего популярность коворкинг (от английского co-working – совместно работающий).

Термин «коворкинг» появился в 2005 г. благодаря программисту Бреду Ньюбергу и связан с появлением на рынке такой группы рабочих, как фрилансеры – свободные наемные рабочие, работающие удаленно и без заключения долговременного договора с работодателем [1, с. 42-47].

Особое внимание в коворкинг-центрах уделяется созданию комфортной рабочей обстановки и организации рабочего пространства таким образом, чтобы максимально повысить эффективность работы и уровень творческого мышления своих участников [3]. Более подробно все факторы, обеспечивающие максимальные результаты работы коворкинга, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Факторы, оказывающие влияние на результаты работы коворкинга

Местоположение	Деловой центр города, развитая окружающая инфраструктура, близость партнеров, обеспечение взаимодействия резидентов коворкинга
Зонирование пространства	Зоны открытого и закрытого рабочего пространства, зона переговоров, зона приёма пищи, зона проведения лекций и семинаров, зона отдыха, детская игровая комната

Окончание таблицы 1

Эргономичный подход	Приспособление рабочих мест, предметов и объектов труда исходя из психологических и физиологических особенностей человеческого организма в целях оптимизации общей производительности
Интерьер	Интересные дизайнерские решения, цветовая гамма, что влияет на производительность труда, а также креативность резидентов коворкинга
Политика организаторов	Обратная связь с клиентом, гибкая ценовая и маркетинговая политика, грамотно подобранный спектр оказываемых услуг и проводимых мероприятий, информационная безопасность
Оборудование центра	Удобство работы, информационная безопасность, необходимая техническая оснащенность, современное оборудование

Для идентификации коворкинга как элемента инновационной инфраструктуры в ходе исследования выявлены основные характеристики уже признанных элементов инновационной инфраструктуры [1-3], проведен их сравнительный анализ, результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ элементов инновационной инфраструктуры

Наименование	Бизнес-инкубатор	Технопарк	Технополис
Цель создания	Поддержка предпринимателей на ранней стадии их деятельности	Промышленный округ, предназначенный для размещения организаций науки, научного обслуживания	Создание благоприятной среды для развития новых наукоёмких производств в передовых отраслях
Предоставляемые услуги	Предоставление в аренду нежилых помещений, почтово-секретарские услуги, консультационные услуги	Предоставление в аренду офисных, производственных, лабораторных и прочих помещений. Оказание услуг	Предоставление производственных и офисных помещений в льготную аренду; информационные и консультационные услуги

Таким образом, благодаря формированию уникальной внутренней среды коворкинга зарождаются инновационные идеи и проекты, которые могут находить поддержку в рамках бизнес-инкубатора, технопарка, технополиса, быть мощным инструментом взаимодействия органов государственной власти и предпринимательства и в результате способствовать социально-экономическому развитию региона.

Список использованных источников

1. Бабич С. Коворкинг: концепция и перспективы / С. Бабич, В. Пархименко // Наука и инновации. – 2014. – Т. 6. – № 136.

2. Николенко Ю.В. Зарубежный опыт и российская практика в поддержке предпринимательства с помощью технопарка / Ю.В. Николенко // Научный альманах. – 2015. – № 11/1 (13).

3. Марьина С.К. Коворкинг как элемент инновационной инфраструктуры / С.К. Марьина, О.Ю. Рудакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.econ.asu.ru/index.php?id_html=274&fr=5 2.

СОДЕРЖАНИЕ

Агаркова Н.В., Бениаминова И.М. ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СМЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	5
Агаркова Н.В., Владимирова Т.Д. СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА	7
Агишева Е.В. СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСОБЫЙ ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	10
Балко М.В. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ ДОНБАССА)	12
Барышников К.С. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ – НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА	14
Барышников С.А. ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ	16
Барышникова Е.И. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА – НОВОЕ ЯВЛЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	18
Барышникова Л.П. «ЗЕЛЁНАЯ» ЭКОНОМИКА КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА УСТОЙЧИВОГО РОСТА.....	21
Беленцов В.Н., Рытова Н.А. ПРОБЛЕМЫ И ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	24
Богданов А.В. КОМПЛЕКСНАЯ СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ РЕШЕНИЙ ПО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА.....	26
Бурик Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ РИСКОМ КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНА....	29
Варади О.А. ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ.....	32
Внукова Л.Б. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ ЮФО НА ОСНОВЕ ОНЛАЙН-ОПРОСА.....	35
Гамина Т.С. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ.....	38

Гаршина А.Е.

СУЩНОСТЬ БЕСПЛАТНЫХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ
УСЛУГ. АКТУАЛЬНОСТЬ ИХ ИЗУЧЕНИЯ.....41

Глухова Е.А.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПОРТИВНОЙ СФЕРЫ
В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....43

Гончарова И.И., Гончаров О.Ю.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ БРЕНДА
ТЕРРИТОРИИ.....45

Гридин А.Н.

ОРИЕНТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ
КАРЬЕРУ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ.....49

Гридина Н.А.

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА ОСНОВАНИИ
СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....52

Денник М.С., Тиханова К.Г.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ
СПЕЦИАЛИСТОВ.....54

Довгань А.С.

ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....56

Елистратов Н.С.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДОНЕЦКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ59

Епишенкова А.А., Харченко В.В.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ
УЧРЕЖДЕНИЙ61

Ерашов В.В.

РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И
СПОРТА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ63

Жадан А.В.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ИСПОЛНЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ
РЕШЕНИЙ65

Калашиникова И.В.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА
МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ
УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....68

Кириенко О.Э.	
ТУРИСТСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ	70
Кирьякова В.В.	
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	72
Кислая Т.Н.	
МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА	75
Комов А.Б., Комов П.Б., Шеремет В.А.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА ДОНБАССА КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЛОГИСТИКОЙ	78
Кондрашова Е.А.	
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА, РЕГИОНА И ЛИЧНОСТИ	82
Косенко Т.Ю.	
СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ ...	84
Кретова А.В., Кирсанова И.Э.	
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ	86
Кривец И.Г.	
РАЗВИТИЕ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	89
Кулешина М.В.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В КОНТЕКСТЕ БИНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ	91
Куприенко М.Л.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО НАПРАВЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	94
Кусков А.Е., Житников В.В.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА ..	96
Кусков А.Е., Протасова Х.А.	
ПРОБЛЕМА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА В УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	98
Кухтина А.К.	
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА	100

Лаврук Л.Г.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ ЖИЗНИ В ДОНЕЦКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ102

Ландик Л.П., Сельский К.А.

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ЛИЧНОСТИ УПРАВЛЕНЦА
В ЯЗЫКОВОМ И ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ105

Лизогуб Р.П.

МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЕМ И ЕГО ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ107

Литвиненко А.С., Жидченко В.Д.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ
РЕСПУБЛИКИ109

Лунина В.Ю.

ЗАДАЧИ АГРОМАРКЕТИНГА ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КАЧЕСТВА АГРОПРОДУКЦИИ111

Малиненко В.Е., Воронцова А.Е.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ114

Меркулова А.В.

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
ПРОДУКЦИИ116

Мирошниченко В.В.

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ..118

Мохов А.В.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА120

Небесная В.В.

ОСОБЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ И
СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ
И СПОРТА122

Новоселова М.А.

РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА...125

Осипова А.Н.

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ
ЭКОЛОГИИ ЯЗЫКА В ДОНБАССЕ128

Папа-Дмитриева И.И.

УСТОЙЧИВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ РЕГИОНА131

Перевозникова Е.В.

ПРИМЕНЕНИЕ ДВУХМЕРНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ
РЕСУРСНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ133

Петрова И.В., Мызников И.А.	
ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	136
Петрова И.В., Симивол М.Р.	
ЗНАЧЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	138
Пиньков Р.Б.	
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА	141
Попова Т.А.	
АСР-ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК	143
Савченкова О.О.	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ	145
Садовская Н.Н.	
ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД К ЛИЧНОСТНОМУ РОСТУ БУДУЩЕГО УПРАВЛЕНЦА	147
Светличная В.Ю.	
ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ	149
Сидорчук Е.С.	
ТЕХНОЛОГИЯ ФОРСАЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	151
Стехин А.П.	
ЗАДАЧИ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА СИСТЕМ УЧЁТА УГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	154
Тарасов И.В.	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРУ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	155
Тарасова Н.С.	
СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	157
Терованесов М.Р., Бауэр А.В.	
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ КАК КОМПОНЕНТ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	159
Титаренко В.В.	
ИНТЕГРАЦИЯ БИЗНЕСА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСОБАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА	162
Усова О.О.	
ЭРГОНИМЫ КАК ЧАСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	164

Ушаков А.В., Фалькова Н.И.

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРОЙ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ166

Филипюк А. О.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ГЧП
В СФЕРЕ ЖКХ169

Хубеджева Н.А., Шарнопольская О.Н.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТЕЙ171

Шевченко Д.С.

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ГОРОДА ЯСИНОВАТАЯ174

Шестаков В.И., Токарь Ю.А.

СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА В ВОПРОСАХ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ
ВОСПИТАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ В РАЗВИТИИ ПОДРОСТКОВ177

Ягнюк И.М.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
НА ПРЕДПРИЯТИИ179

Яременко О.В.

КОВОРКИНГ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА181

Научное издание

**Пути повышения эффективности управленческой деятельности
органов государственной власти в контексте социально-
экономического развития территорий**

**МАТЕРИАЛЫ II МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**6-7 июня 2019 г.
г. Донецк**

**Секция 2: Повышение качества управления социально-
экономическим развитием региона**

Публикуемые материалы, отражают точку зрения авторов,
которая может не совпадать с мнением редколлегии

Ссылка на сборник при цитировании или частичном использовании
материалов обязательна

Материалы приведены на языке оригинала

Ответственный за выпуск:	Барышникова Л.П.
Литературный редактор:	Полчанинова Л.Н.
Технический редактор:	Рытова Н.А.

Подп. к печати 21.05.2019 г. Формат 60x84 ¹/₁₆ Бумага офсетная
11,04 усл.-печ. л. Тираж 50 экз.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
ДНР, 283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а