

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

**Управление стратегическим развитием основных
сфер и отраслей народного хозяйства в условиях
современных вызовов**

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

(Донецк, 30-31 октября 2019 года)

**Донецк
2019**

**Управление стратегическим развитием основных сфер и
отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов:**
у 67 материалы межд. науч.- практ. конф., 30-31 октября, 2019, г. Донецк
/ ГОУ ВПО «ДонАУиГС». - Донецк: ДонАУиГС, 2019. - 949 с.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ:

Дорофиев В.В. - председатель организационного комитета, проректор по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС», д-р экон. наук, профессор;

Малик М.А. - заместитель председателя организационного комитета, декан факультета стратегического управления и международного бизнеса ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Докторова Н.П. - заместитель декана факультета стратегического управления и международного бизнеса ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Ободец Р.В. - профессор кафедры менеджмента непроизводственной сферы ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Науменко С.Н. - заместитель заведующего кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Лоскутова В.В. - заместитель заведующего кафедрой менеджмента непроизводственной сферы по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Овчаренко Л.А. - заместитель заведующего кафедрой туризма по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Коломийцева К.А. - заместитель заведующего кафедрой иностранных языков по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Гулакова М.Г. - заместитель заведующего кафедрой высшей математики по научной работе ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;

Василенко Т.Д. - начальник научного отдела ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

УДК 330.34

ББК У012.332

РЕЗОЛЮЦИЯ

Международной научно-практической конференции «Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов»

Участники конференции отмечают наличие проблем в системе стратегического управления в экономической сфере Донецкой Народной Республики. Поэтому необходимо рассмотреть обозначенный процесс с позиции современной теории и практики в условиях политического конфликта и кризисных явлений. Вместе с тем, кризисные явления создают уникальные условия и могут стать отправной точкой формирования собственной модели внешнеэкономической стратегии, учитывающей как промышленный, так и высокий ресурсно-научный потенциал региона, а исторический опыт может стать подспорьем для минимизации возможных негативных проявлений.

Также отмечено и наличие обнадеживающих тенденций в направлении признания внутреннего и въездного туризма приоритетными направлениями экономического развития ДНР; инициативы государственных органов власти в лице Минмолспорттуризма по привлечению государственных образовательных учреждений высшего образования к выработке концепции развития туризма в регионе и разработке стратегии ее развития.

В современных условиях традиционные методы управления и инструменты государственного стратегического планирования не всегда работают. Для чего важно определить специфику стратегического планирования и подобрать эффективный инструментарий.

К ключевым проблемам управления стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в современных условиях ***участники конференции относят:***

1. Организация процесса восстановления и развития социально-экономического комплекса ДНР, до уровня конкурентоспособности, ведется в условиях отсутствия стратегии развития территории, разбитой на этапы, и без предварительной подготовки иерархически устроенной и территориально рассредоточенной команды управленцев, как этого требует передовая управленческая наука и практика. В результате он происходит достаточно сложно, и поэтому может затянуться надолго.

2. Кадровый вопрос, напрямую связанный с низкой организационной культурой в коллективе предприятий и уровнем квалификации персонала в части стратегического управления;

3. Существует острая необходимость проведения реформ, направленных на информатизацию отрасли здравоохранения ДНР;

4. Не работают положения закона ДНР «О государственно частном партнерстве» на практике.

5. Низкая эффективность внешнеторговой политики;

6. Отсутствие единых механизмов реализации программ импортозамещения, стимулирования экспорта, защиты отечественного товаропроизводителя.

7. Отсутствие единой карты туристских объектов, туристского паспорта ДНР и других составляющих для формирования общереспубликанского туристского продукта, в том числе с учетом механизмов социально-экономического партнерства, и формирования стратегии развития внутреннего и въездного туризма.

Участники конференции единодушны в утверждении, что поэтапное и систематическое решение обозначенных проблем позволит создать условия, способствующие их решению.

С целью дальнейшего совершенствования системы стратегического управления на государственном уровне ***участники конференции считают целесообразным:***

1. Рекомендовать органам законодательной и исполнительной власти ДНР:

- инициировать разработку проектов законов с последующим их обсуждением и принятием: «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», «Об экспортном контроле», «Об иностранных инвестициях» – по аналогии с действующими федеральными законами Российской Федерации, но с максимально возможным учётом ранее сложившейся практики делового оборота в сфере ВЭД в Республике и экономической целесообразности;

- обеспечить максимальное сближение нормативно-правовой базы в сфере ВЭД ДНР и ЛНР, в том числе в рамках создания таможенного союза. Унифицировать механизмы легитимации субъектов ВЭД ДНР с ЕАЭС;

- рассмотреть возможность создания и организации деятельности Республиканского Агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций, создания Специализированного экспортно-импортного банка и Государственной корпорации, внести на согласование соответствующие законопроекты, представить концепцию создания и функционирования указанных институтов системы реализации внешнеторговой политики ДНР.

2. Правительству Донецкой Народной Республики для повышения эффективности стратегического планирования:

- создать первый региональный кластер в конкретной отрасли экономики ДНР, позволяющий продемонстрировать территориальной громаде и внешним

партнерам способность поддерживать конкурентоспособность региона на внешнем рынке, а не отдавать его странам-конкурентам;

3. *Министерству здравоохранения, совместно с ГОУ ВПО «ДонАУиГС» кафедрой менеджмента непроизводственной сферы* разработать проект внедрения программного обеспечения типа «Электронная регистратура» с учетом зарубежного опыта (РФ);

4. *Кафедре менеджмента непроизводственной сферы ГОУ ВПО «ДонАУиГС»* интегрировать в методику проведения функционального анализа структур управления органов государственной власти методику экспертно-статистической оценки организационной культуры организации;

5. *Кафедрам факультета стратегического управления и международного бизнеса ГОУ ВПО «ДонАУиГС»* инициировать создание системы, опережающей подготовки команд управленцев, способных организовать процесс создания регионального кластера на основе «Методологии широкомасштабного и ускоренного развития экономики ДНР».

6. *Кафедре туризма ГОУ ВПО «ДонАУиГС»* продолжить работу в составе рабочей группы Министерства молодежи спорта и туризма ДНР в рамках «Проекта дорожной карты развития внутреннего и въездного туризма ДНР» с целью оказания консультативной помощи и содействия в разработке стратегии развития внутреннего и въездного туризма для формирования и продвижения общереспубликанского туристского продукта.

***Оргкомитет конференции
31 октября 2019 года***

**СЕКЦИЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ УПРАВЛЕНИЯ**

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-
ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ
ПУТЕМ ФАКТОРНО-РЕЗУЛЬТАТИВНОГО МЕТОДА**

БАЛАБЕНКО Е.В.,
канд. экон. наук, доцент,
кафедра менеджмента строительных организаций
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры»,
г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Современное состояние Донецкого региона и его дальнейшее инновационное развитие строительной отрасли требует решения ряда ключевых проблем, среди которых привлечение ресурсов в развитие жилищного строительства.

Привлечение ресурсов требует определения оценки эффективности. Именно поэтому оценка эффективности механизма государственно-частного партнерства в жилищном строительстве (далее ГЧП в ЖС) базируется на анализе прогнозных показателей реализации проекта ЖС.

Цель исследования заключается в оценке эффективности механизма ГЧП в ЖС путем факторно-результативного метода.

Изложение материалов основного исследования. Для описания работы сложной системы или объекта используют, как правило, некоторый набор показателей, характеризующих эти процессы или объекты с разных сторон. Предполагается, что реализация проектов ГЧП в ЖС базируется на отслеживании уровня технико-экономического развития региона. Эффект

реализации проекта ГЧП в ЖС определяется путем оценки показателей эффективности их функционирования до (i) и после (j) реализации проекта. В части проектов ГЧП в ЖС целесообразно использовать факторный метод оценки эффективности. Для обработки данных оценки влияния факторов на результаты целесообразности и эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС выделяются составляющие комплексной оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС (рис. 1).

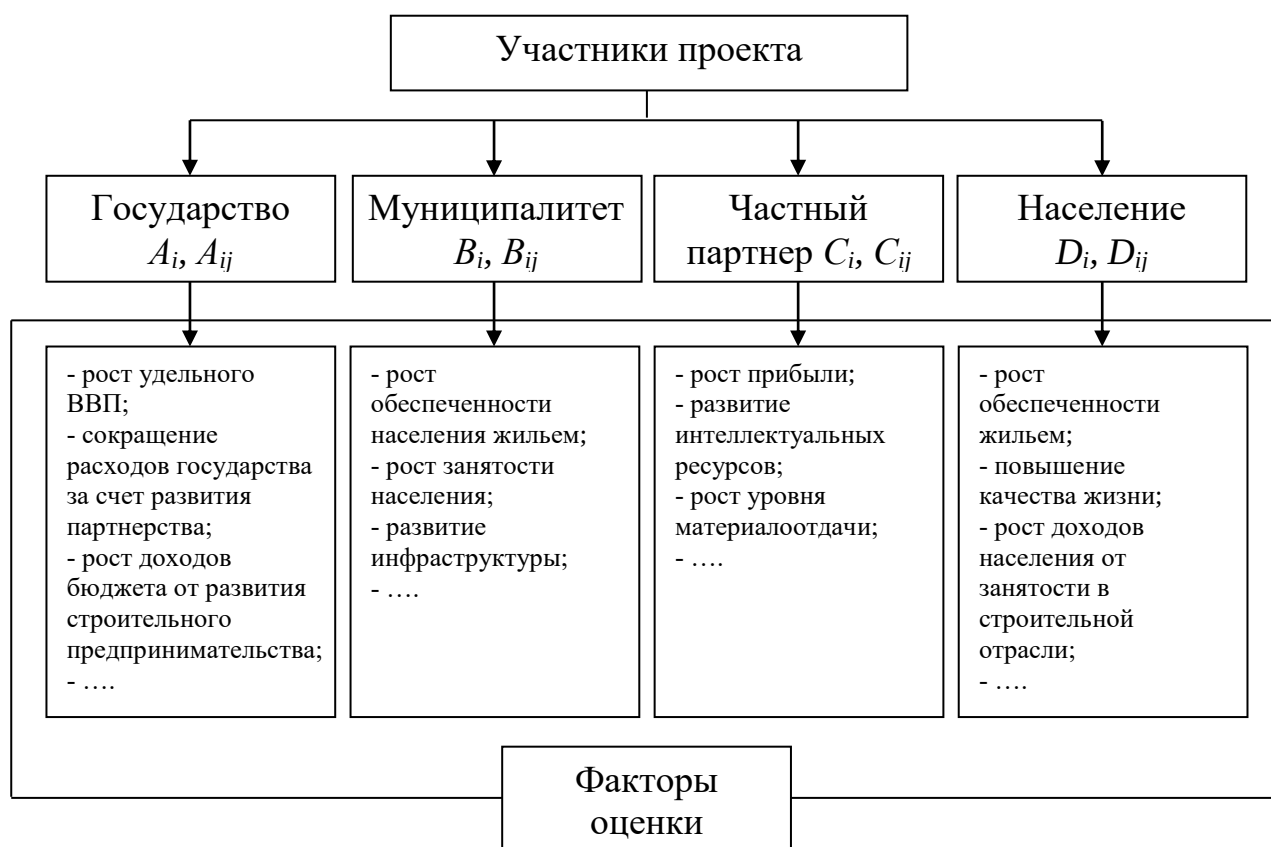


Рис. 1. Примеры составляющих комплексной оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС

Определив факторы оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС $\{A, B, C, D\}$ для каждого участника необходимо учесть относительную значимость каждой из компонент этого множества с учетом особенностей рассматриваемого проекта. Следующим этапом определяем силу влияния каждого из них путем выведения весового коэффициента каждого фактора.

Одним из простых и распространённых способов определения весовых коэффициентов является метод экспертных оценок – метод ранжирования.

Группа из n экспертов, специалистов в исследуемой области, высказывается относительно важности r частных показателей. Самому важному показателю соответствует ранг r , следующему – $(r - 1)$ и т.д., ранг, равный 1, имеет наименее важный показатель.

Показатели оценки целесообразно расставить (по 10-балльной шкале: 1 балл - минимальная оценка показателя привлекательности проекта для участника; 10 баллов – максимальная оценка показателя привлекательности проекта для участника) по степени эффективности от участия в проекте ГЧП в ЖС в определенный срок (например, если он составляет 1-3 года).

Результаты опроса экспертов сводят в таблицу, в последней строке которой записывают сумму рангов, выставленных экспертами.

Таблица

Определение рангов в методе ранжирования

Эксперты	Оценка факторов			
	F_1	F_2	F_3	F_n
1	r_{11}	C_{21}	..	..
2	r_{12}	..	..	..
..		..	..	..
J	r_{1j}	..	..	..
$\sum_{j=1}^n r_{ij}$	F_1	F_2	F_3	F_n

Весовые коэффициенты факторов определяются по формуле:

$$r_i = \frac{r_j}{\sum_{j=1}^n r_{ij}}$$

$$\sum_{i=1}^n r_i = 1$$

Поскольку факторы оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС являются качественно разными, то обобщенное мнение экспертов определяется

путем расчета комплексной средневзвешенной оценки уровня целесообразности реализации проекта с учетом относительного веса каждого фактора (рис. 1) и определяется по формуле:

$$Z = \sum_{i=1}^n A_i * r_i + B_i * r_i + C_i * r_i + D_i * r_i$$

где: Z – фактический уровень целесообразности реализации проекта;
 A_i, B_i, C_i, D_i – фактический показатель оценки i -го фактического фактора;
 r_i – весовой коэффициент i -го фактора.

Применив данную формулу, получим фактический уровень целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС.

В свою очередь, плановый уровень целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС равен:

$$P = \sum_{i=1}^n A_{ij} * r_i + B_{ij} * r_i + C_{ij} * r_i + D_{ij} * r_i$$

где: P – плановый уровень целесообразности реализации проекта;
 $A_{ij}, B_{ij}, C_{ij}, D_{ij}$ – плановый показатель оценки i -го фактора;
 r_i – весовой коэффициент i -го планового фактора.

Таким образом, можно посчитать коэффициент целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС, который будет равен отношению:

$$K_{ц} = \frac{Z}{P} * 100\%$$
$$K_{ц} = \frac{\sum_{i=1}^n A_i * r_i + B_i * r_i + C_i * r_i + D_i * r_i}{\sum_{i=1}^n A_{ij} * r_i + B_{ij} * r_i + C_{ij} * r_i + D_{ij} * r_i} * 100\%$$

где: $K_{ц}$ – коэффициент целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС.

Обобщенная структура системы, взаимосвязь ее элементов и порядок проведения оценки и анализа целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС на рис. 2.



Рис. 2. Обобщенная структура факторно-результативного метода оценки целесообразности реализации проекта ГЧП в ЖС

Определенная по формуле оценка считается наиболее вероятным прогнозом на заданный период, так как этот прогноз исходит из усредненных тенденций. При этом целесообразность ГЧП в ЖС имеет следующий уровень градации:

$K_{ц} \leq 49\%$ - проект с низкой перспективностью для его участников;

$50\% \geq K_{ц} \leq 74\%$ - проект со средней перспективностью;

$K_{ц} \geq 75\%$ - проект с высокой перспективностью для его участников.

Предложенный метод является общей (стандартной) задачей линейного программирования и, следовательно, всегда допускается нахождение оптимального решения $K_{ц}$.

Принцип последовательности выполнения и оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС факторно-результативным методом представлен на рис. 3.

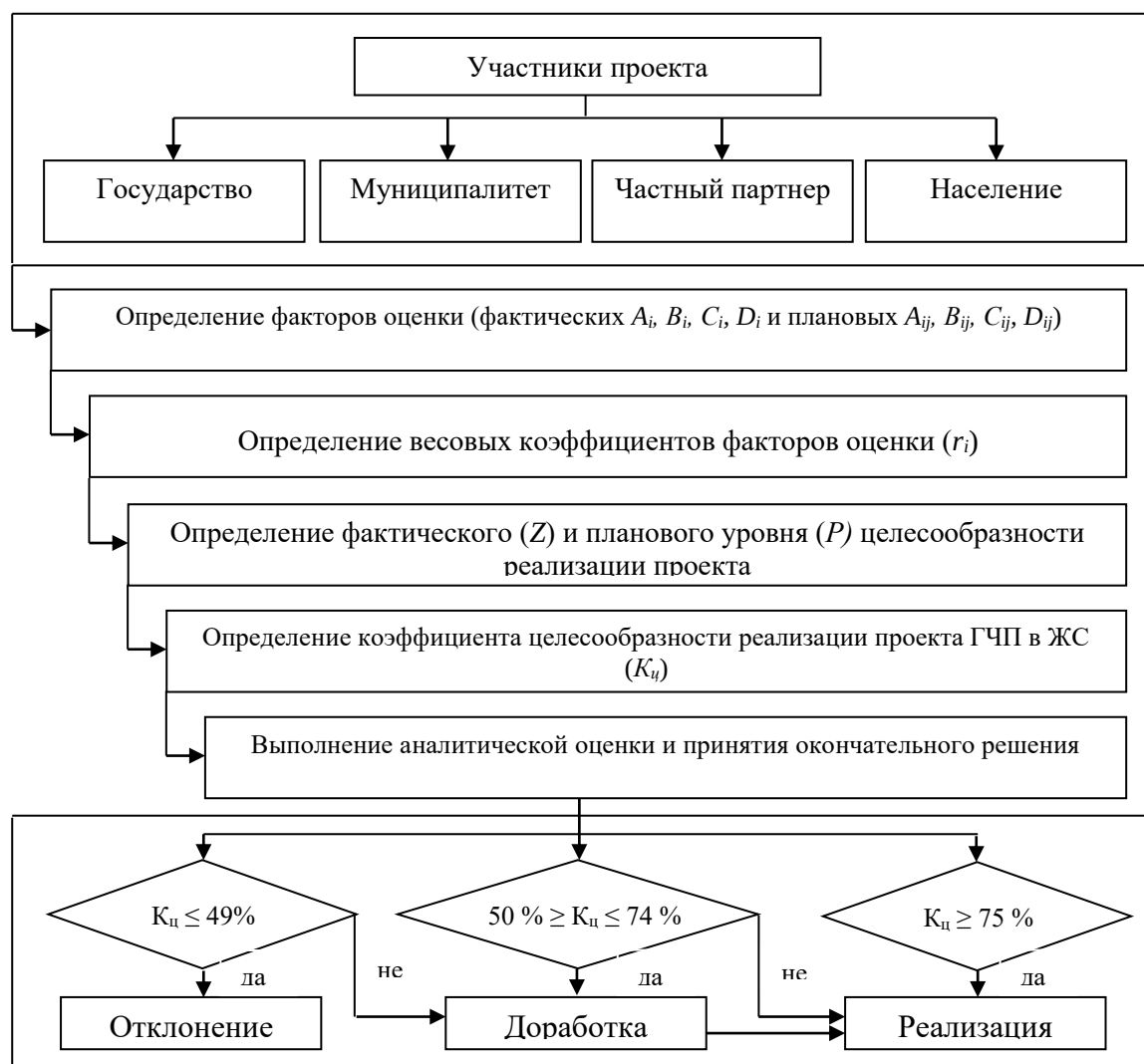


Рис. 3. Модельная схема факторно-результативного метода оценки эффективности реализации проекта ГЧП в ЖС

Возвращаясь к проблеме устойчивого развития жилищного строительства и его взаимосвязи с другими направлениями развития региона, следует отметить, что у каждого участника проекта есть наиболее важные факторы оценки, специфичные для эффективности реализации всего интегрального проекта в целом и учитывающие особенности рассматриваемого проекта. В такой ситуации имеет смысл введение Программы развития жилищного строительства, в рамках которой учесть интересы партнеров на основе механизма ГЧП.

Выводы. Таким образом, одним из возможных направлений стабилизации состояния и дальнейшего развития жилищного строительства может выступать механизм ГЧП. Предложенный факторно-результативный метод в соответствии

с текущим состоянием отрасли является одной из попыток решения проблемы оценки целесообразности применения механизма ГЧП путем внедрения предложенной в работе модельной схемы.

СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ЖИЛЬЯ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

БАЛАБЕНКО Е.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

БОРОДАЦКАЯ А.В.,

ассистент,

кафедра менеджмента строительных организаций

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия

строительства и архитектуры»,

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях наличие проблем в системе регулирования рынка жилья в Донецком регионе определяет необходимость его государственного регулирования. Под этим следует понимать, что от государства требуется обеспечение методов воздействия на рынок, которое не должно быть преимущественно административным. Рынок жилья является одним из ключевых рынков в экономике любого государства. Для того чтобы он стабильно функционировал, ему необходима государственная поддержка. Она может осуществляться с помощью дотаций, целевых программ, а также законодательного регулирования. На территории Донецкого региона рынок жилья находится в зачаточном состоянии и требует кардинальных действий со стороны государства.

Целью исследования является анализ системы государственного регулирования рынка жилья в Донецком регионе.

Изложение материалов основного исследования. Основываясь на анализе методов государственного регулирования рынка жилья, необходимо рассмотреть общую модель механизма государственного регулирования рынка жилья в Донецком регионе, которая представлена на рис. 1. Данная модель отображает основные положения методологии программно-целевого планирования, опираясь на предлагаемую модель механизма государственного регулирования рынка жилья. Государственная экономика должна быть направлена на высокотехнологические, а также инновационные направления. На сегодняшний день, основной задачей Донецкого региона является развитие существующих отраслей экономики, в том числе и строительство.



Рис. 1. Общая модель механизма государственного регулирования рынка жилья в Донецком регионе

Решить данную задачу возможно с помощью насыщения рынка квалифицированными кадрами, созданием доступных коммерческих площадок

для предпринимателей, а также развитием программно-целевых направлений. Механизм регулирования жилищного строительства на государственном уровне представлен на рис. 2.

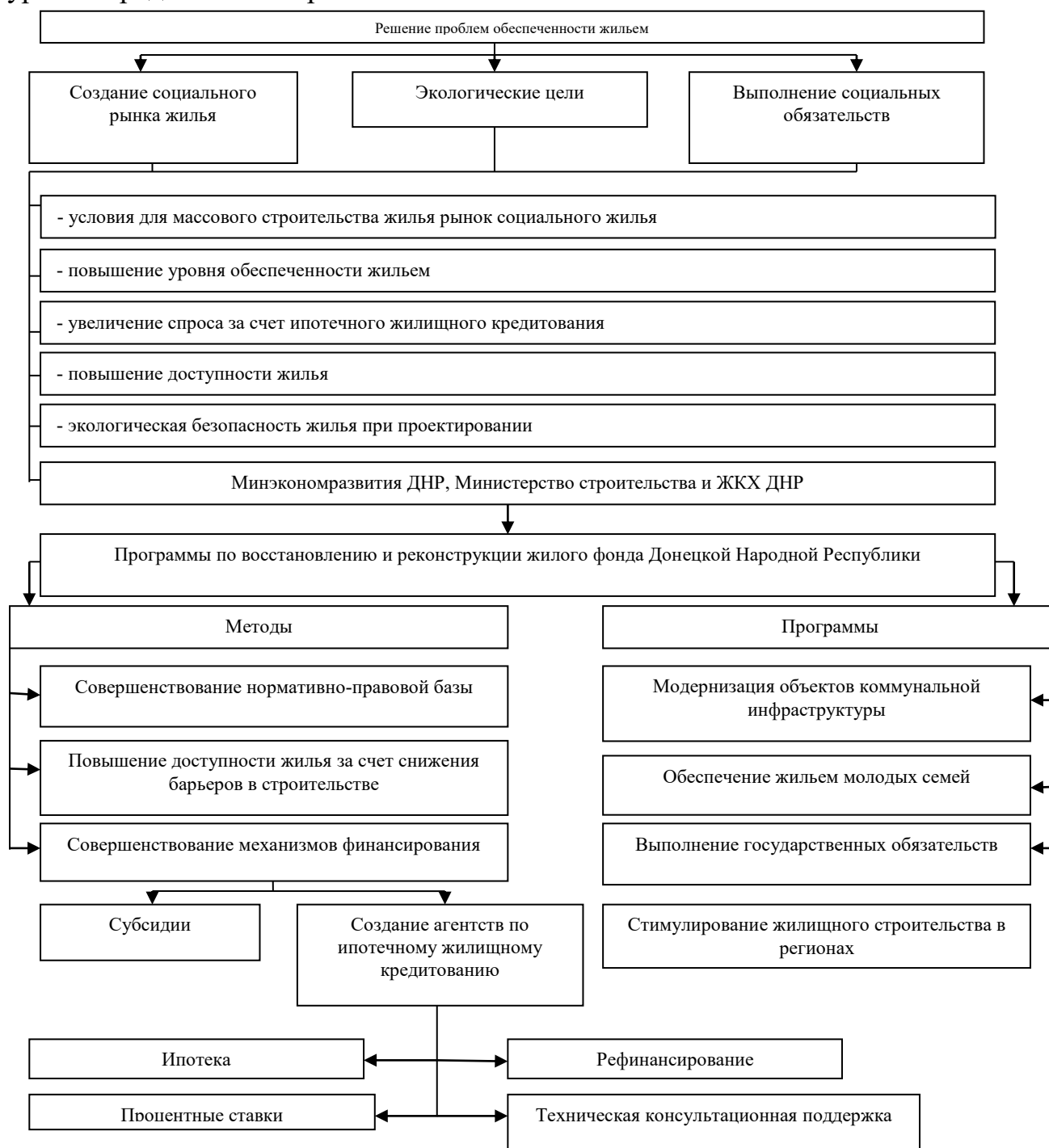


Рис. 2. Механизм регулирования жилищного строительства на государственном уровне

Модель механизма государственного регулирования жилищного строительства позволяет сделать вывод о том, что необходимо отдать приоритет спросу на рынке.

В развитие механизма государственного регулирования жилищного строительства сформирован региональный блок, общая характеристика которого представлена на рис. 3.

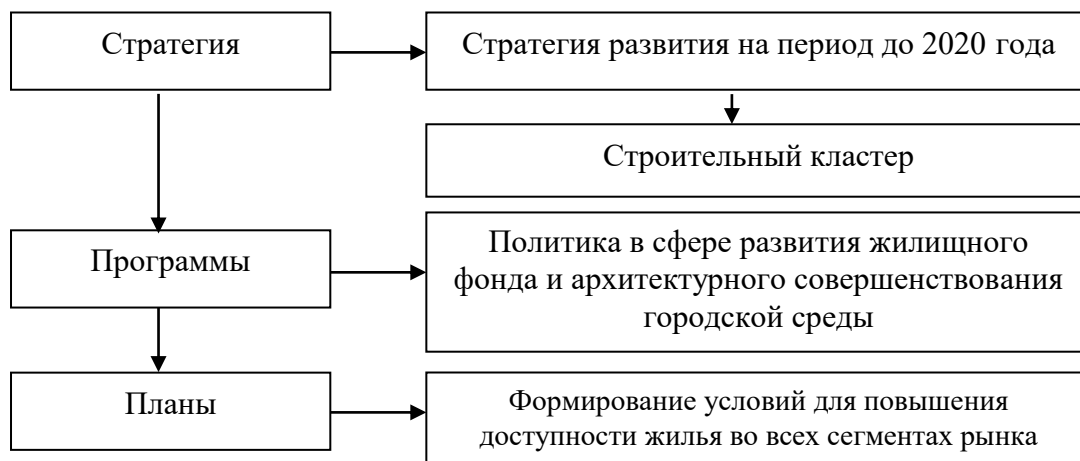


Рис. 3. Механизм государственного регулирования жилищного строительства Донецкого региона (правовой аспект)

Итак, можно сказать о том, что в современных условиях функционирование и развитие такой значимой для государства отрасли как жилищное строительство напрямую зависит от государственной политики. Нормативно-правовая база, ресурсное обеспечение, контроль использования бюджетных средств и ресурсов -это обязательные условия для развития строительства в Донецком регионе. Схема механизма государственного регулирования жилищного строительства с позиции управления отраслью представлена на рис. 4.

В данной схеме отображены наиболее значимые направления государственного регулирования, а именно меры, направленные на развитие социального и муниципального найма объединены в одно направление – совершенствование градостроительной деятельности.



Рис. 4. Схема механизма государственного регулирования жилищного строительства в Донецком регионе с позиции управления отраслью

Выводы. Таким образом, необходимо отметить, что система государственного регулирования рынка жилья в Донецком регионе требует принятия мер со стороны Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики. Данные меры предполагают разработку определенной стратегии, а также конкретных целевых программ, которые будут направлены на решение ряда проблем, связанных с рынком жилья в Донецком регионе. Стратегия предполагала вначале развитие предложения, то есть обеспечение условий, в которых строительная отрасль Донецкого региона могла бы предлагать гражданам доступное и комфортное жилье, затем, на последующих этапах – меры по стимулированию спроса и предложения.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

БАЛКО М.В.,
д-р филол. наук, доцент, доцент,
ДЯЧЕНКО А.Ю.,
магистрант,
кафедра менеджмента непроизводственной сферы
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Менеджмент предприятий Донецкой Народной Республики как качественно новая система, находящаяся на сегодняшний день на стадии формирования, упорно ищет свой путь развития, изучая теоретико-прикладной опыт управления предприятиями экономически развитых стран. При этом бытует мнение, что кризис экономики – это, прежде всего, кризис менеджмента. Уничтожение старых административных рычагов управления без создания новых (экономически оправданных) приводит к тому, что некогда государственные предприятия ощущают значительные трудности при вхождении в систему рыночных отношений.

Цели исследования. Одной из наиболее актуальных задач управленческой науки видится формирование концепции управления возникшими в условиях централизованной экономики предприятиями, ориентированной на их адаптацию к изменившимся обстоятельствам внешней среды. Определение основных направлений реформирования системы управления предприятиями, в связи с этим, является целью предложенной работы.

Изложение материалов основного исследования. При определении действенности управления следует учитывать:

– действительно ли имеет место результат управления, а не действия иных социальных компонентов или проявления саморегулятивного механизма управляемых объектов;

– каковы источники результата управления (ими могут быть профессионализм и талант менеджеров, качество нормативных документов и т.п.); это необходимо для того, чтобы шире и интенсивнее использовать их в последующих управленческих циклах;

– насколько зависят друг от друга цели, задачи, ожидания, модели управленческих решений и реально полученные результаты управления.

Итоговая информация служит основой для последующего сравнительного анализа издержек на управление и результатов управления, то есть для формирования представлений об эффективности управления. Сложность установления последней объясняется тем, что функционирование системы управления влияет на конечные финансово-экономические показатели работы организации опосредованно (через управленческие процедуры, которые далеко не всегда имеют формальное выражение и поэтому с трудом поддаются количественному измерению).

Система управления охватывает несколько аспектов (экономический, социальный, правовой и прочие), в каждом из которых следует выделять общие и специфические черты. В соответствии с таким видением системы управления необходим её комплексный анализ (как системы в целом, так и отдельных элементов). Оцениваются показатели деятельности предприятия, параметры, характеризующие систему управления, что позволяет выделить разные составляющие эффективности, основанной на использовании количественно-качественного аппарата оценки по значительной совокупности факторов: сложности, возникающих в ходе оценки связей, трудности в выдаче рекомендаций, большой трудоёмкости, трудности сбора информации и др.

Задача на сегодня состоит в том, чтобы создать порядок, соответствующий деятельности организации, и отразить его в организационно-распорядительных

документах. Среди ключевых направлений преобразования системы управления на предприятиях следует выделить:

- 1) улучшение мотивации к труду;
- 2) организацию надлежащего приёма работников;
- 3) разработку системы мотивации персонала;
- 4) системное, взаимосогласованное управление (просмотр эффективности выплат заработной платы, премий, денежных вознаграждений, материальной помощи, предоставление займов, участие в получении прибыли).

Для достижения целостности системы управления предприятием нужны многоцелевые, гармонично разработанные организационные структуры в новых формах. Такое сочетание часто требует перестройки традиционных организационных структур и формирования новых конфигураций организационно-производственных единиц с уникальными свойствами.

Современная система управления предприятием включает следующие компоненты:

- 1) организационную структуру управления, которая является базой административных отношений в организации;
- 2) аппарат управления производственными процессами;
- 3) центры ответственности, которые обеспечивают концентрацию профессионального управленческого персонала в узкой прикладной сфере деятельности предприятия;
- 4) агентскую сеть для максимально полного проникновения на рынок;
- 5) информационную инфраструктуру, которая играет роль катализатора развития технологий обмена данными и знаниями.

Формирование системы управления предприятием в структурной и функциональной плоскостях обеспечит комплексный экономический эффект, в котором целесообразно выделить такие составляющие:

- 1) логистическую (экономия на перемещениях);

2) маркетинговую (развитие и совершенствование экономического информационного пространства предприятий);

3) сетевую (совместное использование ресурсов);

4) синергическую (оперативное координирование совместной деятельности, преимущественно в краткосрочных проектах).

Исследование системы управления, характерной для большинства предприятий ДНР, показывает её несоответствие условиям, сложившимся в последние годы в экономике страны. Оно проявляется, прежде всего, в дезинтеграции работы структурных подразделений, низком качестве планирования, отсутствии маркетинговой составляющей в деятельности предприятий, неэффективном документообороте и т.д.

Выводы. Назрела необходимость реформирования системы управления предприятиями для достижения их адаптируемости к меняющимся условиям внешней среды. Для этого следует использовать комплексный подход, учитывающий функциональный и процессный компоненты в моделировании организаций: целесообразным видится создание организационной структуры по функциональному признаку, а определение содержания деятельности организационных единиц – по процессному. Необходима разработка отвечающей современным реалиям системы документационной регламентации управления предприятиями. Важным фактором успешного реформирования системы управления организацией является также заинтересованность и вовлеченность персонала в создании новых моделей её развития.

Список литературы

1. Реформирование системы управления предприятием в условиях рыночных отношений [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. – Режим доступа: https://studbooks.net/1409919/menedzhment/upravlenie_predpriyatiem_sovremennyh_usloviyah.

2. Формирование методических подходов к реформированию системы управления предприятием [Электронный ресурс] // Экономическая

библиотека. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/formirovanie-metodicheskikh-podhodov-k-reformirovaniyu-sistemy-upravleniya-predpriyatiem-neftegazovogo-kompleksa>.

3. Чернышев В. Ю. Методические подходы к оценке эффективности управления предприятием / В. Ю. Чернышев // Экономинфо : научный журнал Воронежского государственного технического университета. – Воронеж, 2010. – № 13. – С. 44–48.

МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

БАЛКО М.В.,

д-р филол. наук, доцент, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы;

ЛЮБЧУК Е.А.,

магистрант,

кафедра маркетинга и логистики

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В динамично развивающейся конкурентной среде организация должна обладать определёнными преимуществами, превосходить конкурентов. Для этого ей необходимо быть полностью конкурентоспособной. Первым этапом стратегического развития предприятия является стратегический анализ на основе исследования внутренних и внешних факторов.

Цели исследования – описать основные методы стратегического анализа, применение которых на предприятии обеспечит его стабильное развитие.

Изложение материалов основного исследования. Учитывая стратегический выбор внутренней и внешней среды организации в одно и то же время, очевидно, что необходимо всестороннее изучение условий для выработки стратегии, направленной на принятие обоснованных решений. Более того, перечень различных методов для каждого исследования показывает, что в реальности возникают проблемы выбора идеального пакета анализа, основанного на ситуации и потребностях клиента. Применение данных методов позволяет разработать стратегический план развития организации и определить механизм эффективного распределения ресурсов компании (табл.).

Таблица

Систематизация методов стратегического анализа внутренней и внешней среды

Среда организации	Направление анализа	Метод анализа
Внешняя среда организации	Стратегический анализ макросреды организации	STEP/ PEST-анализ; Метод составления профиля среды; Матрицы возможностей и угроз.
	Стратегический анализ отрасли	Модель пяти сил М. Портера; Модель анализа отрасли К. Койна (McKinsey).
	Стратегический анализ конкурентов	Карта стратегических групп конкурентов; Анализ конкурентов по 4 диагностическим компонентам М. Портера; Конкурентная карта рынка; Матрица сравнения конкурентов; Профиль конкурентов; Схема власти конкурентов.
	Стратегический анализ потребителей	Сетка сегментации; Кластерный анализ; Карта восприятия.
Внутренняя среда организации	Стратегический анализ бизнес-портфеля	Матрица BCG; Матрица направленной политики Shell/DPM; Модель Hofer/Schendel; Матрица оценки взаимной поддержки SBU.
	Стратегический анализ сильных и слабых сторон	Стратегический анализ цепочки создания ценности; IFAS-анализ.
	Ситуационный анализ	SWOT-анализ; SFAS-анализ; SPACE-анализ.

В нынешних условиях экономической нестабильности и жёсткой рыночной конкуренции ответственность за функционирование и развитие организации лежит на руководителях.

Как известно, любая организация во многом зависит от внешней среды, и главная задача менеджера – сбалансировать их взаимодействие путём создания продуктов за счёт внутреннего потенциала компании и обмена его во внешней среде на ресурсы, необходимые для обеспечения жизни организации. Кроме того, для определения отношения компании к материальным и нематериальным ресурсам, ключевые группы интересов должны подвергаться внутреннему глубокому и всестороннему мониторингу, проводимому путём анализа таких факторов, как маркетинг, научные исследования и разработки, управленческая информационная система, управленческая команда, технологические операции, финансы, кадры. Стратегический анализ – первый шаг в стратегии управления бизнесом. Качество её реализации в значительной степени определяет эффективность используемой бизнес-стратегии, цели, поставленные предприятием.

Не единичны случаи, когда компания развивается достаточно эффективно, не имея стратегического анализа своих действий. Однако непрерывный мониторинг экологических и корпоративных внешних факторов свидетельствует о том, что успех компании высок благодаря перспективам или высокоразвитому стратегическому видению руководства. Такое игнорирование влечёт повышенный риск. Изначально плохо определённое направление развития предпринимательской деятельности в условиях повышенной конкуренции неизбежно приводит к долгосрочным потерям.

Изучение методологических средств, используемых в стратегическом анализе, показало, что в настоящее время не существует общепринятой их классификации. Особенностью современного стратегического анализа является преобладающее использование качественных, неформализованных методов. Количественные же методы расчёта в стратегическом анализе играют в большинстве случаев подчинённую и вспомогательную роль.

В целом стратегический анализ предприятия – это специфический вид управленческой деятельности, направленный на выбор основного курса

развития предприятия для достижения долгосрочных целей в изменяющейся внешней среде. В связи с этим, стратегический анализ хозяйственной деятельности компании следует рассматривать как основанный на постоянном процессном прогнозе; ситуационном, целевом, комплексном подходах к изучению показателей внешней и внутренней среды предприятия, его бизнес-стратегии через применение разработанных методологических средств для повышения эффективности работы предприятия. Исследователи нередко рассматривают методологию стратегического анализа как систему стратегических матриц. Например, А.Н. Петров ключевыми методами осуществления стратегического анализа предприятия считает матрицы БКГ, GE / Мак-Кинзи, Мак-Кинзи / 7S; SWOT-анализ. А.Н. Хорин и В.Э. Керимов подчёркивают важность таких методов стратегического анализа, как SWOT-анализ, GAP-анализ (анализ разрывов), факторный, регрессионный анализ и анализ причинно-следственных связей.

Выводы. Представленный комплексный подход обеспечивает основу для проведения стратегического анализа предприятия с учётом идентификации, накопления, интеграции, подготовки, создания, анализа и системного мониторинга стратегических направлений, на основе чего принимаются стратегические управленческие решения. Предлагаемые методы наиболее актуальны и распространены как в российской, так и в зарубежной практике. Они позволяют изучить влияние внутренних и внешних факторов на деятельность компании, вовремя выявить её слабые места и предложить необходимые средства для решения проблем, что позволяет компании длительное время конкурировать с другими предприятиями и получать прибыль.

Список литературы

1. Методы стратегического анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65625a2ac79a5c43b89421206c27_0.html. – Название с экрана.

2. Мосев К. В. Методы и методики стратегического анализа / К. В. Мосев // Студенческий электронный научный журнал. – 2018. – № 23(43).

3. Сущность методов стратегического анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://studopedia.ru/1_87567_sushchnost-metodov-strategicheskogo-analiza.html. – Название с экрана.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНО- ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА

БАЛКО М.В.,

*д-р филол. наук, доцент, доцент,
кафедра менеджмента непроизводственной сферы,*

ПОЛОЗКОВА Е.В.,

*магистрант,
кафедра менеджмента в производственной сфере*

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

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Обязательным условием устойчивого функционирования и развития экономической системы, преодоления современной кризисной угрозы является непрерывное использование инструментов управления, базирующихся на применении различных методологий, в том числе институциональной и процессной. Своевременное и объективное определение степени угрозы кризиса является важнейшим приёмом, обеспечивающим последовательное и эффективное применение этой методологии.

Целью исследования является описание методики расчёта, позволяющей оценить эффективность использования инструментов управления на уровне отраслевых экономических систем региона.

Изложение материалов основного исследования. Установление степени угрозы кризиса включает мониторинг дискретных изменений в экономической системе, расположенных в виде последовательных контуров. Применение предложенного алгоритма идентификации позволило определить степень кризисной угрозы крупным и средним субъектам ряда отраслевых экономических систем донецкого региона.

Результаты идентификации могут служить основой для применения соответствующей степени кризисной угрозы к инструментам управления, рассматриваемым как неотъемлемая часть региональной системы управления, обеспечивающая стабильность функционирования и развития экономики региона. Интегрированную эффективность использования инструментов управления на уровне отраслевых экономических систем региона предлагается рассчитывать по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{инт}} = K_i (A_{in} \setminus A_{ik} + A_{ihh} \setminus A_{irh}) + K_j (A_{jn} \setminus A_{jk} + A_{jhh} \setminus A_{jrh}) + K_l (A_{ln} \setminus A_{lk} + A_{lhh} \setminus A_{lrh}) + K_m (A_{mn} \setminus A_{mk} + A_{mhh} \setminus A_{mrh}),$$

где $\mathcal{E}_{\text{инт}}$ – неотъемлемый фактор эффективности управления антикризисной экономической системой;

K_i – значимый фактор антикризисных мер со скрытым уровнем угрозы кризиса 0,4;

K_j – фактор значимости антикризисных мер на реальном уровне кризисной угрозы, равный 0,6;

K_l – фактор значимости антикризисных мер с нормативным уровнем угрозы кризиса, равным 0,8;

K_m – фактор значимости антикризисных мер на катастрофическом уровне угрозы кризиса, равный 1,0;

$A_{i(jlm)n}$ – количество агентов экономической системы, которые находятся в угрозе скрытого (реального, правового, катастрофического) кризиса в начале данного календарного периода.

$A_{i(jlm)k}$ – количество агентов экономической системы, находящихся под угрозой скрытого (реального, правового, катастрофического) кризиса в конце данного календарного периода;

$A_{i(jlm)hh}$ – количество субъектов экономической системы, которые положительно преодолели скрытую (реальную, правовую, катастрофическую) угрозу кризиса в рассматриваемом календарном периоде;

$A_{i(jlm)rh}$ – общее количество агентов экономической системы, которые преодолели угрозу скрытого (реального, правового, катастрофического) кризиса в рассматриваемом календарном периоде.

На каждом уровне угрозы кризиса первый показатель обладает нейтрализующей эффективностью, а второй – характеризует предсказуемую эффективность антикризисного управления [3]. Важнейшим элементом системы управления экономической системой следует считать определение степени кризисной угрозы, возникающей в итерационном режиме. Глубина отрицательных отклонений в работе системы и принятие соответствующих антикризисных мер, эффективность использования этих средств на уровне отраслевых экономических систем региона характеризуется количеством системных агентов, которые успешно преодолели кризисную угрозу.

Выводы. Экономическая идентификация антикризисного управления показывает, что меры по преодолению кризисов во многих отраслях промышленности донецкого региона, осуществляемые как предприятиями, так и региональными властями, неэффективны. Одной из причин этого видится отсутствие процессно-институционального подхода к управлению экономическими системами региона, применение которого создаст реальные условия для значительного повышения устойчивости их функционирования,

развития и, следовательно, может рассматриваться как неотъемлемый элемент стратегии модернизации экономики региона.

Список литературы

1. Губин В.А. Об экономической природе кризиса и антикризисного управления [Электронный ресурс] / В.А. Губин, М.Б. Щепакин // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2010. – № 4 (24). – Режим доступа: <http://uecs.mcnip.ru>.

2. Губин В.А. Алгоритм диагностирования кризисной угрозы в промышленно-экономической системе / В.А. Губин // Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2010): тр. междунар. науч.-практ. конф. – Т.1. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – С. 248–251.

3. Губин В.А. О диагностике кризисного состояния предприятия / В.А. Губин // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 2. – С. 125–127.

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

БАЛКО М.В.,

д-р филол. наук, доцент, доцент,

ПОЛУДНЕВА Е.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Одной из основных задач функционирования предприятий в нынешних условиях является покорение, долгосрочное сохранение и улучшение их позиций на рынке с учётом

постоянных изменений во внешней среде. Для обеспечения более высокого уровня конкурентоспособности предприятиям необходимо вносить определённые изменения в их деятельность, улучшая её, то есть внедрять инновации. Источником инноваций являются инвестиции в материальные и нематериальные активы, которые обеспечивают предприятия конкурентными преимуществами. Особенно это важно при выходе их на мировые рынки, где обостряется борьба за потребителя. Ввиду сказанного чрезвычайно актуальным видится развитие инвестиционной деятельности предприятия, направленной на реализацию инвестиционной стратегии.

Цели исследования. Исследование взаимосвязи инвестиционной стратегии с иными составляющими стратегического набора предприятия и последствий её реализации позволит более эффективно осуществлять разработку этой стратегии.

Изложение материалов основного исследования. Инвестиционную стратегию принято определять, как сложившуюся систему долгосрочных целей инвестиционной деятельности и выбор наиболее эффективных путей их достижения, решения по долгосрочному вложению капитала в определённую деятельность предприятия. Понятие инвестиционной стратегии относится как к инвестиционному, так и к стратегическому менеджменту. С точки зрения последнего инвестиционная стратегия является одной из функциональных (поддерживающих) стратегий в стратегическом наборе предприятия; она определяет стратегическую ориентацию инвестиционной деятельности, которая обеспечивает ей достижение поставленных целей. Н. Н. Мартыненко и И. А. Игнатьева относят инвестиционную стратегию к «ключевым» функциональным стратегиям (вместе с инновационной и финансовой).

Большое значение инвестиционная стратегия приобретает в инвестиционном менеджменте, где рассматриваются её основные направления, развитие инвестиционных ресурсов для её содержания и оценка эффективности её реализации.

Инвестиционная стратегия является одной из важнейших в деятельности предприятия и разрабатывается с опорой на его миссию и общую стратегию (корпоративную и / или деловую). Достигается путем согласованной деятельности всех подразделений, координации их работы и учёта первоочередных потребностей предприятия. Кроме того, при определении инвестиционной стратегии необходимо принимать во внимание изменения во внешней среде, внутренний инвестиционный потенциал. Данная стратегия должна быть разработана таким образом, чтобы руководство предприятия способно было быстро реагировать на изменения факторов внешней среды, устранять их негативные проявления, используя новые инвестиционные возможности, и свободно распоряжаться инвестиционными ресурсами. В свою очередь, результаты реализации инвестиционной стратегии влияют на определение общих стратегических целей предприятия.

Стратегии нацелены на создание, развитие и сохранение преимуществ предприятия, тесно связаны между собой, поскольку выполняют взаимодополняющие задачи. Так, разработка и реализация инновационной стратегии, без которой предприятие станет аутсайдером, требует вложения средств. Поэтому любой инновационный проект, как правило, является инвестиционным. В данном случае инвестиции выступают особым источником финансирования этой стратегии.

Инвестиционная стратегия может разрабатываться как составляющая финансовой стратегии или самостоятельно. В зависимости от этого её либо рассматривают в стратегическом наборе предприятия, либо нет. Инвестиционные расходы при этом связывают финансовую и инвестиционную стратегии. Это происходит следующим образом. Финансовая стратегия формирует финансовые ресурсы за счёт собственных, заёмных и привлечённых средств, распределяя их между всеми стратегиями. Инвестиционная стратегия же, используя сформированные ресурсы, способствует увеличению стоимости активов предприятия и улучшает различные сферы его деятельности. Данная

стратегия не имеет смысла, если установленные долгосрочные инвестиционные цели не могут быть профинансированы. Поэтому руководство предприятия, разрабатывая инвестиционную стратегию, в первую очередь, определяет потребность в общем объёме инвестиционных ресурсов, а затем оценивает возможности их формирования за счёт различных источников с учётом специфики деятельности предприятия.

Основными источниками инвестирования являются бюджетное финансирование, собственные накопления предприятия, частные инвестиции, банковские кредиты и иностранные инвестиции. Последние, в нынешних условиях, приобретают большое значение, поскольку бюджетное финансирование является достаточно проблематичным, а накопления предприятий почти не осуществляются. Именно поэтому первоочередной проблемой, возникающей при разработке инвестиционной стратегии, является поиск инвестиционных ресурсов, а одной из основных задач предприятия – их эффективное использование.

Руководство может формировать стратегию долгосрочного вложения средств в собственное предприятие и в другие производственные и непроизводственные структуры. В связи с ограниченностью имеющихся инвестиционных ресурсов большинство отечественных предприятий сосредоточивается на собственных потребностях и вкладывает средства в своё развитие и усовершенствование. В производственных предприятиях преобладают реальные инвестиции.

Инвестирование собственного предприятия нацелено на развитие его стратегического потенциала. Таким образом, осуществляют вложения средств в освоение конкурентоспособных видов продукции, замену или усовершенствование основных средств, проведения НИОКР, увеличение объёмов производства, внедрение новых технологий и современных методов управления. Такие инвестиции осуществляются для оживления производства, увеличения его рентабельности.

При наличии временно свободных денежных средств предприятие способно выступать в роли инвестора для других. В этом случае инвестиции – это вложение средств в развитие поддерживающих отраслей, с которыми сотрудничает данное предприятие (например, с целью его обеспечения ресурсами необходимого качества и в необходимом количестве, или вложения средств в социальную инфраструктуру предприятия-инвестора), что способствует повышению эффективности производства, высокой результативности производственной и коммерческой деятельности предприятия. Как правило, такие инвестиции осуществляются в виде долевого участия в совместных проектах, прямого кредитования определённых объектов или деятельности на рынке ценных бумаг. При осуществлении подобного инвестирования важно выбирать объекты, связанные с предыдущей деятельностью предприятия. В этом случае, сосредоточиваясь на важнейших направлениях и вложении средств в них, предприятие становится более конкурентоспособным. Диверсификация же, направленная на новые виды деятельности для данного предприятия, может привести к неэффективным расходам его капитала и ухудшить его способность осуществлять долгосрочные инвестиции. В худшем случае нецелесообразное использование инвестиционных ресурсов может означать крах для предприятия.

Поскольку инвестиционная стратегия предполагает вложение средств в крупных объемах и на достаточно длительный период, то при выборе инвестиционных проектов необходимо учитывать последствия их реализации для текущей и долгосрочной деятельности предприятия. Долгосрочные инвестиции могут повлечь снижение уровня платёжеспособности в текущем периоде. Если же инвестирование будет осуществляться за счёт привлечённых средств, то это негативно может отразиться на уровне финансовой устойчивости предприятия. Чтобы избежать подобных ситуаций или снизить их негативное влияние, необходимо продуманно выбирать инвестиционные

проекты, способные сбалансировать такие показатели, как платёжеспособность, финансовая устойчивость, риски и доходность.

Выводы. Таким образом, инвестиционная стратегия, будучи одной из функциональных стратегий, способствует усилению конкурентных преимуществ предприятия, обеспечивает увеличение стоимости его активов. Её разработка требует тщательного исследования факторов внешней и внутренней среды и учёта возможных изменений этих факторов. Каждое предприятие вырабатывает инвестиционную стратегию, исходя из собственных потребностей в инвестировании и учитывая отдачу от вложений с точки зрения получения прибыли и обеспечения социального эффекта. Эффективная реализация стратегии связана с выбором объектов инвестирования и оптимизации показателей риска и доходности.

Список литературы

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга: Ника-Центр, 2004. – 552 с.
2. Дармилова Ж. Д. Выбор инвестиционной стратегии функционирования предприятия в конкурентной среде / Ж. Д. Дармилова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 141–145.
3. Никитин А. А. Инновационно-инвестиционные аспекты системы стратегического управления промышленным предприятием / А. А. Никитин // Российское предпринимательство. – 2004. – Т. 5. – № 1. – С. 30–35.

КОРПОРАТИВНЫЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

БАЛКО М.В.,

д-р филол. наук, доцент, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Стремительное развитие рыночной экономики неизменно влечёт за собой увеличение количества её субъектов, заинтересованных в грамотном и эффективном формировании собственного имиджа. Этот процесс обусловлен несколькими факторами (качеством и адресностью выпускаемой продукции, масштабностью и характером рекламных кампаний, участием организации в общественной жизни государства и мира, кадровой политикой, личностными качествами руководителя и проч.). Корпоративный имидж в значительной степени определяет стратегию развития организации, а также её репутацию на перспективу. Имидж – это «лицо», публичное «Я» компании. Соответственно, положительный имидж организации повышает её конкурентное преимущество и клиентоориентированность.

Цель исследования – с опорой на постулаты бизнес-лингвистики описать основные языковые приёмы, способствующие формированию положительного имиджа организации.

Изложение материалов основного исследования. Корпоративный имидж представляет собой результат целенаправленной работы по созданию устойчивого позитивного образа компании, цель которой – оказать эмоционально-психологическое воздействие на потенциальных клиентов и

инвесторов, обеспечить узнаваемость организации, вызвать определённое (максимально положительное) отношение к ней и её продукции [2].

Корпоративный имидж разрабатывается, исходя из миссии и целей компании, выражает её притязания; он призван повысить интерес общественности к организации, улучшить её репутацию, гарантировать стабильность развития, обеспечить конкурентоспособность на рынке, формировать у сотрудников корпоративный командный дух.

Концепция создания оптимального для организации корпоративного имиджа, как утверждает теоретик бизнес-лингвистики Ю. В. Данюшина [1], опирается на гармоничное соединение визуальных и вербальных компонентов, создающих целостное представление о компании. Вербальная составляющая, таким образом, является одной из ключевых в разработке корпоративного имиджа. Имеет место вербальное конструирование положительного образа компании.

Особенно показательным для изучения вербально-коммуникативных технологий по формированию имиджа организации является её веб-сайт. Сайт – это «витрина» компании, призванная информировать широкую общественность об основных направлениях деятельности организации, привлекать потенциальных клиентов и инвесторов. Рассмотрим основные приёмы установления вербального раппорта и осуществления влияния на реципиентов информации, проанализировав официальный веб-сайт государственного предприятия «Стирол» (<http://stirol.su/>).

Выделяем следующие языковые приёмы, способствующие формированию позитивного имиджа ГП «Стирол»:

– Непосредственная формулировка миссии компании, её целей, стратегий и тактик: Деятельность ГП «Стирол» носит инновационный характер и обусловлена требованием неуклонного развития и совершенствования организации труда, снижения энергоёмкости процессов и себестоимости

продукции, внедрения технических новшеств, направленных на экономию ресурсов и защиту окружающей среды.

– Интенсификация текста (максимальное уплотнение текстового ряда, насыщение его повторами, номинализациями, однородными членами и под.), ср.: Как сообщили участники заседания, основные работы проводятся по ранее утверждённому графику в следующих направлениях: подготовка оборудования к проведению внепланового технического освидетельствования (ВТО), диагностика и ремонт эклектических двигателей, проверка и калибровка приборов КИПиА, ревизия динамического и статического оборудования, ревизия и ремонт запорной арматуры и др.

– Активное употребление оценочной лексики, ср.: «Стирол» – это один из крупнейших в странах СНГ производителей минеральных удобрений. В 60-х годах промплощадка АТЗ развивалась стремительными темпами: началось освоение выпуска стирола, полистирола, пенополистирола и проч.

– Использование экспрессивных языковых средств (слов и конструкций), направленных на эмоциональное заражение аудитории, создание эмпатии, например: Всех ребят переполняли положительные эмоции, и хотелось, чтобы этот день длился долго-долго. Согласитесь, побывать на южном курорте в середине холодной зимы – это отличный повод для радости и т. п.

– Употребление числительных и однокорневых с ними частей речи, указывающих на количественные достижения компании, ср.: Мощности данного подразделения позволяют выпускать более 50 тыс. тарелок и 2 миллионов 800 тыс. стаканов в месяц. Выпуск аммиака вырос втрое, а минеральных удобрений – в два раза и др.

– Тропеизация высказываний (употребление метафор, сравнений, гипербол и других средств выразительности речи), например: Бывший горловский Азотно-туковый завод (АТЗ) им. Серго Оржоникидзе помнит эпоху первых советских пятилеток, стахановскихстроек. В субботу, 3 февраля, 45 детей работников «Стирола», можно сказать, побывали в гостях у лета и под.

– «Слоганизация» (конструирование, активное употребление и массовое внедрение в сознание корпоративных слоганов), ср.: ГП «Стирол» остаётся верным курсу социальной ответственности перед своим коллективом и горловчанами!

– Селекция информации (сознательный её отбор, направленный на максимально положительную презентацию предприятия), например: 22 октября 2001 г. концерн полностью перешёл на бессточные технологии, и с тех пор в реки Донбасса с территории «Стирола» не поступает ни одного литра сточных вод и проч.

– Употребление имплицатур (скрытой, небуквальной информации, о наличии которой адресат «как бы» сам делает вывод; то, что «имелось в виду»), ср.: «Стирол» подключён к уникальному транспортному объекту – аммиакопроводу «Тольятти-Горловка-Одесса» – и может прокачивать в порт Южный (на Одесский припортовый завод) до 2900 тонн аммиака в сутки (намёк на то, что концерн имеет все технологические возможности для осуществления такой прокачки, но из-за экономической блокады вынужден простаивать).

– Эвфемизация сообщения (сглаживание негативной информации), ср.: В настоящее время близость «Стирола» к линии фронта не позволяет запускать опасные для жителей Горловки цеха, поэтому всё крупнотоннажное производство находится на вынужденной консервации и т. п.

Как видим, веб-сайт ГП «Стирол» достаточно насыщен разнообразными вербальными единицами, призванными формировать его положительный имидж. Такой подход к наполнению официальной страницы в глобальной сети оправдан, поскольку её регулярно изучают реальные и потенциальные клиенты, инвесторы и конкуренты. Корпоративный сайт, таким образом, должен быть не только максимально информативным, но и действенным в плане презентации компании. В связи с этим всё более актуальным на сегодняшний день становится предложенное и активно разрабатываемое Б. Сполски [3] понятие языкового менеджмента («Language Management»).

Выводы. Корпоративный имидж, в том числе вербальный, является таким же важным ресурсом в бизнесе, как и материальные активы. Создание и поддержание положительного образа компании как один из ключевых факторов её успеха – трудоемкий и длительный процесс, рассчитанный на завоевание и сохранение авторитета в глазах общественности, поэтому он, непременно, должен быть частью стратегии организации.

Список литературы

1. Данюшина Ю. В. Бизнес-лингвистика и деловое общение в Интернете / Ю. В. Данюшина. – М. : Изд. дом ГОУ ВПО «ГУУ», 2010. – 275 с.
2. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд-во «Питер», 2000. – 224 с.
3. Spolsky B. Language Management / B. Spolsky. – Cambridge University Press, 2009. – 320 p.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ЗАО «ВНЕШТОРГСЕРВИС» ФИЛИАЛ №1 «ДОНЕЦКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

БЫЧКОВА О.В.,
канд. экон. наук, доцент, доцент,
кафедра экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Качественное управления финансами предприятия позволяет обеспечить эффективную и стабильную его деятельность, обеспечивать высокую конкурентоспособность продукции в современных экономических условиях. В настоящее время управление финансами предполагает множество направлений: организацию управленческого учета, регулярная диагностика результативности деятельности

предприятия, финансовое планирование и прогнозирование, предполагающее бюджетирование и бизнес-планирование, разработку инвестиционных проектов. Именно регулярная диагностика результативности деятельности предприятия позволяет, на основе оценки платежеспособности, финансовой устойчивости, не допустить или преодолеть возможное банкротство предприятия. Причем особенно важным в такой диагностике является анализ и оценка финансовых результатов деятельности на основе анализа суммы полученной прибыли и уровня рентабельности, как наиболее значимых для выработки мероприятий по повышению эффективности управления финансами.

Многие зарубежные экономисты (Р.Л. Акофф, И. Ансофф, П. Друкер, Дж. Риггс, Ф.У. Тейлор, А. Файоль, Р. Хадсон и др.) и российские экономисты (В.В. Ковалев, И.А. Бланк, Н.А. Яцюк, В.И. Чернов, Ф.Р. Шамхалов и др.) уделяли большое внимание изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, однако все они подходят к определению экономического содержания данных понятий с определенной степенью детализации и в различных аспектах, поэтому необходимо дальнейшее изучение современных положений оценки показателей управления финансами, в том числе и их практических аспектов.

Цель исследования – изучение практических аспектов анализа и оценки показателей управления финансами ЗАО «ВНЕШТОРГСЕРВИС» Филиал №1 «Донецкий металлургический завод».

Изложение материалов основного исследования. Для ЗАО «Внешторгсервис» Филиал №1 «Донецкий металлургический завод» были рассмотрены основные виды деятельности предприятия, такие как производство листового и сортового проката, стали, чугуна и ферросплавов. На основании показателей производства, влияющих на формирование валовой прибыли (убытка) можно сделать вывод об улучшении финансовых результатов деятельности предприятия за 2014-2016 годы (переход от убытка в 5045 тыс. грн. до прибыли в 920 тыс. грн.) за счёт снижения себестоимости

реализованной продукции на 71,59% при снижении чистого дохода от реализации продукции на 61,49%. Также был проведен анализ динамики производства предприятия. Объем произведенной продукции в стоимостном выражении в текущих ценах снизился в 2016 году по сравнению с 2014 годом с 21858 до 5555 тыс. грн. (или в 3,93 раза). В сопоставимых ценах объем произведённой продукции снизился с 34814 тыс. грн. до 5555 тыс. грн. (или в 6,27 раза).

Динамика использования показателей трудового потенциала свидетельствует о снижении среднемесячной заработной платы работника за 2014-2016 годы на 30,24 % и рабочего производства в аналогичный период на 26,37%. Это связано с снижением численности работников и рабочих производства на 44,02% и 47,89% соответственно, а также снижением фонда оплаты труда на 60,96%. Выработка на одного работника снизилась на 71,49% за 2014-2016 годы в связи с уменьшением объёма производства на 84,04% и снижением численности работников и рабочих производства на 44,02% и 47,89% соответственно.

Анализ ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости и деловой активности предприятия, показал, что:

1. Коэффициент автономии в 2015 и 2016 годах ниже нормативного значения, что свидетельствует о финансовой зависимости предприятия от заемных средств, т.к. доля собственного капитала в структуре баланса меньше 50 %. Рекомендованным значениям в 2014 году соответствуют такие показатели финансовой устойчивости, как коэффициент автономии, коэффициент финансовой зависимости и коэффициент финансовой независимости капитализированных источников. В 2015 и 2016 годах рекомендованным значениям соответствует только коэффициент финансовой независимости капитализированных источников.

2. Коэффициент финансового риска не соответствует нормативному значению и показывает, что доля собственного капитала снижается в

финансировании предприятия в период с 2014 по 2016 год.

Кроме системы коэффициентов, определяющее значение для финансовой устойчивости имеет излишек (недостаток) источников формирования запасов.

3. В 2014-2016 годах значение СОС за вычетом запасов является отрицательной величиной, что свидетельствует о недостатке собственных оборотных средств.

4. В 2014-2016 годах СДИЗ за вычетом запасов был отрицательным, что свидетельствует о дефиците долгосрочных источников формирования запасов.

5. В 2014-2016 годах наблюдался излишек основных источников формирования запасов, так как ИФЗ за вычетом запасов был положительным.

6. В 2014, 2015 и 2016 годах условие ликвидности баланса не выполняется, то есть неотложные долги предприятие не может своевременно погасить. Так что баланс предприятия не является абсолютно ликвидным. Остальные соотношения свидетельствуют о наличии собственных оборотных активов, что позволяет поддерживать определенную устойчивость.

7. Коэффициент текущей ликвидности характеризует достаточность оборотных средств для погашения долгов в отчетном периоде. Значение коэффициента текущей ликвидности имеет тенденцию повышения в 3 раза в период с 2014 по 2016 годы. Все показатели ликвидности за 2014-2016 годы находятся ниже рекомендованных значений.

8. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена за счет имеющейся денежной наличности. Так как показатель ниже рекомендованного значения, можно сделать вывод, что у предприятия недостаточно собственных средств и это свидетельствует о негативной ситуации на предприятии.

9. Проанализировав показатели деловой активности можно сделать вывод, что коэффициент оборачиваемости активов в 2014-2016 гг. снизился с 0,025 до 0,01, что свидетельствует о снижении количества оборотов активов и эффективности их использования.

10. На предприятии наблюдается негативная тенденция снижения значения коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Как правило, чем выше этот показатель, тем лучше, потому что предприятие скорее получает оплату по счетам.

11. Предприятие не испытывает потребности в денежных средствах, т.к. показатель продолжительности финансового цикла за 2014-2016 гг. имеет отрицательное значение.

12. Показатели рентабельности предприятия за 2014-2016 гг. находятся ниже нормативного значения, что свидетельствует об неэффективном использовании активов и собственного капитала предприятия, а также об убыточности деятельности предприятия.

Полученные результаты анализа позволяют говорить о необходимости выработки адекватных мероприятий по повышению эффективности управления финансовыми показателями и ресурсами предприятия. Первоочередным при этом является обеспечение стабильной работы предприятия, активный поиск рынков сбыта продукции, который производится ЗАО «Внешторгсервис» для обеспечения эффективной работы своего филиала «Донецкий металлургический завод» начиная с 2017 года, когда он был национализирован и получен для оперативного управления. Первоочередным является разработка стратегии развития предприятия.

Список литературы

1. ПАО «Донецкий металлургический завод» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pao.dmz.com.ua/pro-kompaniju>.

АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

***БАУЭР А.В.,
ст. преподаватель,
кафедра организации перевозок и управления
на железнодорожном транспорте
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. В условиях современных вызовов, нестабильности экономического положения региона системе образования как отвечающей за формирование квалифицированных трудовых ресурсов отводится одна из ключевых ролей. Основной подсистемой системы образования является образовательная организация (ОО) высшего образования, где собственно реализуется процесс обучения, получения профессиональных компетенций, теоритических и практических навыков будущего специалиста.

Цели исследования. В условиях возникновения новых знаний, сопровождающихся, в первую очередь, массивными информационными потоками, возникает необходимость поиска таких решений и механизмов, которые смогут создать для образовательной организации устойчивую платформу на образовательном рынке для гибкой сиюминутной адаптации к вызовам внешней среды.

Изложение материалов основного исследования. Основным вектором дальнейшего функционирования в данных условиях должен стать логистический подход к управлению ОО. Какая особенность, присущая образовательной организации и обеспечивающая ее конкурентоспособность, требует наиболее полного и всестороннего изучения с применением логистического подхода? На наш взгляд, это так называемая интегрированная деятельность, которая отражает взаимосвязи организации (ее внутренней

среды) с представителями внешней среды, или заинтересованными сторонами – стейкхолдерами, осуществляемая в интересах всех участников и создающая для них на выходе максимальный положительный эффект. Новые принципы управления такой деятельностью в рамках осуществления образовательного процесса, взаимодействия со всеми субъектами, причастными к деятельности организации, гарантируют ей устойчивый жизненный цикл и стабильное положение на рынке труда и человеческого капитала.

Сложная система со множеством подсистем и элементов, формирующая многослойные «тяжелые» потоки – потоки знаний, информационные, интеллектуальные, материальные, кадровые, финансовые, вынужденная выдерживать жесткую конкурентную борьбу на образовательном рынке, требующая одновременно пребывания в рамках единоначалия и наличия свободного творческого потенциала для развития прогрессивной научно-исследовательской базы, – ОО является зависимой подсистемой социально-экономической системы. Имея многоступенчатую иерархичную внутреннюю среду, подчиненную жесткому уставному процессу, который уже многие десятилетия остается неизменным для всех ОО, она вынуждена так же подчиняться законам и тенденциям внешних проявлений, колебаниям спроса, условиям рыночно-экономических отношений, реагировать на дестабилизирующие факторы. Поэтому необходимо искать такие пути дальнейшего функционирования ОО, которые позволят ей при четко организованном управлении взаимодействовать с n -множеством субъектов, заинтересованных в результатах такого функционирования. Исследованиями в данной области занимаются многие ученые, однако чаще всего исследуются отдельные элементы или подсистемы взаимодействия. Например, А.В. Кузнецов говорит об интеграции вузовской науки в национальную инновационную систему, что позволит, по его мнению, объединить самостоятельно развивающиеся структурные и инфраструктурные объекты инновационного вуза в единое научно-образовательное пространство [1].

Учитывая сложность взаимосвязей в условиях ресурсно-обменной и взаимодополняющей интегрированной деятельности ОО, возникает необходимость в разработке методик ее оценивания, поиска путей систематизации. Для учета всех факторов необходим механизм, отражающий взаимодействие ОО с заинтересованными сторонами как внешней, так и собственно внутренней среды. Здесь следует отметить, что интегрированная деятельность ОО образует мощные информационные потоки, обмен которыми является базой для принятия стратегических решений и гарантирует поддержку жизненного цикла образовательной организации при максимально полном удовлетворении потребностей стейкхолдеров. Информационные потоки имеют ряд специфических свойств, динамичны и крайне неустойчивы, требуют многократной корректировки; зачастую выданная информация не подлежит возврату в исходное состояние при необходимости изменить ее исходные параметры. Поэтому осуществлять управление интегрированной деятельностью ОО возможно, лишь опираясь на развитую информационно-логистическую систему, которая отражает жизненный цикл организации, и работает в едином информационном поле со стейкхолдерами. Такая система может обеспечить оперативный обмен данными и корректировку поведения внутренней среды ОО с учетом внешнего влияния заинтересованных сторон без ущерба для собственно производственного процесса ОО.

Выводы. Следует говорить о необходимости создания и развития в образовательной организации информационно-логистической системы управления, которая будет наиболее полно координировать все аспекты интегрированной деятельности ОО и представителей ее внешней среды – заинтересованных сторон-стейкхолдеров. Для этого необходимо:

– развивать информационно-логистическую систему управления ОО, направленную на реализацию интересов как внутренних, так и внешних субъектов-участников;

– информационно-логистическая система управления должна гибко реагировать на внешние воздействия при максимально быстрой адаптации внутренней среды к изменяющимся условиям.

Список литературы

1. Кузнецов, А.В. Индикаторы интеграции вузовской науки в национальную инновационную систему / А.В. Кузнецов, Е.Л. Смольянова, Н.Л. Серебрякова // Экономика и эффективность производства: сб. научных трудов международной научной конференции. Вып. 13. – БГИТА, 2010. – С. 46-53

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ И ВЫБОР ПРОТОТИПОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДНР

ГУРИЙ П.С.,

канд. наук гос. упр., доцент, профессор,

БАРЫШНИКОВА Е.И.,

аспирант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Разработка конкурентоспособных механизмов управления образовательными кластерами в условия государственно-частного партнерства предполагает изучение зарубежного опыта решения аналогичных проблем и использование его в последующем поиске новаторских решений. Поиск новаторских решений для социальных, правовых и политических условий Донецкой Народной Республики имеет особенное значение. Здесь необходимо будет находить социально-адекватное решение, удовлетворяющее требованиям не только собственно подготовке

управленческих кадров, но и общественно-политическим требованиям построения новой государственности в ДНР.

Моштаков А.А. в работе [2] показал, что в современных социально-экономических условиях остро ставится проблема развития кадрового потенциала регионов РФ, и это требует новых нетрадиционных подходов к организации образовательных систем. Стратегии развития кластерных систем необходимо связывать с проблемами региональной политики, запросами рынка труда и ресурсами образовательной организации.

Ковалева Ю.Н. в работе [3] рассматривая мировой опыт создания и работы кластеров установила, что кластеры могут оказаться особенно эффективными и своевременными для условий развития экономики Украины, в ее финансово-кредитном секторе.

Поиск новаторских и социально-адекватных решений для условий Донецкой Народной Республики, удовлетворяющих требованиям не только собственно, подготовке управленческих кадров, но и общественно-политическим требованиям построения новой государственности в ДНР еще не проводился

Цель исследования – анализ зарубежного опыта развития образовательных кластеров и поиск новых моделей формирования и развития образовательных структур в целях определения направлений государственной политики развития республики в области высшего образования.

Изложение материалов основного исследования. Поиск новаторских решений проблемы стратегического развития системы высшего профессионального образования проводили путем анализа сложившихся мировых тенденций управления образовательными кластерами, как принципиально новой формой кадрового обеспечения инновационного развития государств [4-6].

Рассмотрим тенденции развития кластеров в Европе. Так, например, в Бельгии, основные управленческие полномочия принадлежат не правительству

или органу исполнительной власти, а учредителям образовательных заведений. Учредители обладают самой широкой автономией и обязаны соблюдать лишь минимальные требования, установленные государственной властью применительно к конкретному типу образовательной структуры. Советы учредителей наделены регулятивными и контрольными полномочиями, близкими к полномочиям министерства образования.

В Германии же важнейшими полномочиями по организации, контролю и финансированию образовательных учреждений наделены субъекты федерации - земли. Мировой кластер высоких технологий «Саксонская кремниевая долина» представляет собой конгломерат предприятий по производству микроэлектроники, фотогальваники и полупроводников. Здесь сосредоточено около 300 фирм, общая численность персонала которых превышает 30 тыс.чел.

В Великобритании быстро растет количество медицинских инновационных образовательных кластеров на основе сотрудничества университетов с местными органами власти, благотворительными организациями и частными компаниями, находящимися в авангарде инновационной практики.

Франция, являясь страной с высокой степенью централизации управления образованием, начинает постепенное перераспределение полномочий от центральных к местным органам управления образованием. Главные же рычаги управления высшей школой по-прежнему сосредоточены в Министерстве национального образования. Во Франции наиболее активно развиваются кластеры по совершенствованию экосистем.

В Швейцарии и Канаде сделана ставка на частную инициативу и на потенциал академической и фундаментальной науки. Так в Швейцарии, например, при швейцарской федеральной Политехнической школе Лозанны, создан «инкубатор» стартапов «EdTech Collider», который поставил своей целью выход на рынок инновационных образовательных технологий и по праву заработал репутацию одного из самых инновационных вузов Европы. Канада

дает пример крайне децентрализованной системы образования, предоставляя субъектам федерации провинциям исключительные права в сфере образования. В ней к ведению федерального правительства относятся лишь вопросы образования коренного населения Канады. Главная роль в создании кластеров высоких технологий в Канаде принадлежит Научному исследовательскому совету и Институту научно-технической информации. Совет занимается организацией и финансированием фундаментальных исследований в государственных научных учреждениях и лабораториях страны. по специальной программе содействия промышленным исследованиям, а институт информации разрабатывает эту программу. Кластеры, сформированные при их содействии, выходят за пределы провинций и приобретают статус межрегиональных.

США имеет более 20 кластерных образований. Ярким примером кластера является «Силиконовая долина». На ее территории находится 87 тыс. компаний, 40 исследовательских центров и десятков университетов, крупнейший из которых Стэнфорд. Между университетом и частным сектором налажен постоянный обмен информацией. Обслуживают кластер 180 венчурных фирм, 47 – инвестиционных и 700 коммерческих банков. Другими примерами кластеров в США могут стать центры аэрокосмической техники, информационных технологий, медицинского оборудования, технологий «чистой» энергетики, биотехнологии и современной химии.

В Японии, для достижения синергетического эффекта, отраслевые министерства связывают отраслевые кластерные программы в мощные межотраслевые комплексы путем формирования различных координирующих органов на национальном и региональном уровнях. В каждом регионе Японии учреждена Ассоциация по развитию региональных кластеров. В нее входят участники программы индустриальных кластеров и кластеров знаний. Ассоциация организывает совместные семинары для презентации результатов, достигнутых в рамках обеих кластерных программ.

В централизованной и унитарной республике Корея, реализацией кластерной образовательной и экономической политики занимаются государственные министерства, национальные агентства и внешние экспертные организации. Реализуется принцип «сверху-вниз», и местные органы власти полагаются на выбор приоритетов и руководство их достижением со стороны центрального правительства. В Индии целью кластерной политики является создание новых рабочих мест и укрепление конкурентоспособности предприятий. Всем научным организациям разрешено создавать технологические инкубаторские центры. В Китае кластерная политика ближайшего будущего нацелена на трансформацию традиционных кластеров в инновационные кластеры, новых технологий и абсолютно новых продуктов.

Выводы. Анализ зарубежного опыта показывает, что для условий ДНР социально-адекватным является опыт Франции и Южной Кореи.

Список литературы

1. Бурега, В.В. Соціально-адекватний менеджмент: концептуалізація моделі [Текст] : автореф. дис... д-ра соціол. наук: 22.00.01 / Бурега Валерій Васильович ; НАН України, Ін-т соціології. - К., 2003. - 35 с.
2. Моштаков А.А. Факторы и региональные стратегии развития кластерных образовательных систем / А.А. Моштаков // КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-i-regionalnye-strategii-razvitiya-klasternyh-obrazovatelnyh-sistem>
3. Ковальова, Ю.М. Управління розвитком регіональної економіки на основі формування кластерів [Текст] : автореф. дис. канд екон. наук: 08.00.03 / Ковальова Юлія Миколаївна; Донецький державний університет управління Міністерства освіти і науки України (м. Донецьк).. - Д., 2009. - 20 с.
4. Аникин Д.В. Образовательные кластеры во Франции как часть инновационной политики // Фундаментальные исследования. — 2015. — 2–21. — С. 4746–4749. URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38062>

5. Гретченко А.А. Международный опыт интеграции образования, науки и бизнеса. Двадцать восьмые Междунар. Плехановские чтения. — Москва: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015. — М.: РЭУ, 2015. — С. 37–48.

6. Минина, И.С. Международный и российский опыт применения форм государственно-частного партнерства в сфере высшего образования / И.С. Минина // Уровень жизни населения регионов России, №4 (206) 2017. С. 95–101

СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ДНР И ЗАПУСКА ПРОЦЕССОВ ЕЕ РАЗВИТИЯ В ЗАРАНЕЕ ЗАДАННЫЕ СРОКИ

ГУРИЙ П.С.,

канд. наук гос. упр., доцент, профессор,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Процесс восстановления и развития социально-экономического комплекса ДНР до уровня конкурентоспособности, занимаемого ранее Донбассом в мировой экономике, не имеет стратегии, не разбит на этапы, как этого требует передовая управленческая наука и практика, происходит достаточно сложно, и поэтому может затянуться надолго. Причин для этого достаточно, как объективных, так и субъективных.

Для того, чтобы сначала восстановить, а затем и запустить процессы развития экономики ДНР в заранее заданные сроки, необходимо выполнить четыре условия:

- овладеть специально разработанной, для достижения именно этой цели, стратегией проведения широкомасштабных и ускоренных преобразований в регионе,

- подготовить команду управленцев, способных достигать поставленную цель с помощью новой стратегии широкомасштабных и ускоренных преобразований,

- создать механизм, интегрирующий поставленную цель, стратегию ее достижения и команду управленцев и встроить его в сложившуюся систему управления экономикой ДНР,

- апробировать принципиально новый механизм управления организацией широкомасштабных и ускоренных преобразований на региональном уровне и приступить к его внедрению во всех регионах ДНР.

Решением аналогичной проблемы для стран с переходной экономикой занимался А.А. Миграян [1]. Анализируя информацию о практике развития преуспевающих экономических систем, он установил, что, для стран с переходной экономикой, наиболее эффективной формой управления экономическим ростом могут стать механизмы кластерного типа. На этом основании, им были сформулированы теоретические аспекты формирования экономической состоятельности Кыргызской Республики в системе мировой экономики путем решения следующих принципиально новых задач:

- определение приоритетных отраслей, имеющих экономический потенциал для повышения конкурентоспособности республики,

- выявление факторов и элементов, воздействующих на степень развития конкуренции кластерных механизмов,

- построение кластерных механизмов, обеспечивающих конкурентоспособность региона на внешних рынках.

Наиболее близким по целям и способам решения аналогичной проблемы является наш отечественный Проект создания региональной системы ускорения научно-технического прогресса в области тяжелого машиностроения на

территории Константиновско-Славянской агломерации городов Донецкой области (далее – РИС УНТП). На территории этого региона, по инициативе Министерства тяжелого машиностроения, Министерства образования и Всесоюзного научно-исследовательского института металлургического машиностроения, в течение 1980-1985 гг., было создано три территориальных комплекса/кластера:

- территориальное научно-производственное объединение «Научно-исследовательский институт проектирования технологии машиностроения» (далее – НПО «НИИПТмаш»,

- территориальный производственный комплекс/кластер тяжелого машиностроения под названием «ПО «Ново-Краматорский машиностроительный завод»» (далее – «ПО НКМЗ»),

- территориальный учебно-научно-производственный комплекс/кластер кадрового обеспечения «ПО НКМЗ») под названием «Учебно-научно-производственный комплекс «Специалист»» (далее – УНПК «Специалист»).

В конце 1990 г. Проект создания РИС УНТП был реализован, доказав свою эффективность. В рамках «УНПК «Специалист»», в период 1980-1985 гг., специально для этого Проекта была разработана и апробирована «Методология УНТП для обучения и применения в УНПК». Эта Методология представляла собой линию инфографических рисунков-образов демонстрирующую систему мышления и деятельности команды топ-менеджера в ходе решения им проблемы широкомасштабного и ускоренного преобразования старо-промышленного региона Донбасса в высокоэффективный регион нового технологического поколения. Инфографика была выполнена на языке доступном пониманию профессорско-преподавательской команде выпускающей кафедры и команде магистрантов, разрабатывающих под их руководством реальные дипломные проекты своих будущих рабочих мест.

На основе применения данной Методологии впервые в Украине была подготовлена и трудоустроена в ПО «НКМЗ» межкафедральная команда молодых специалистов, охватившая пять специальностей УНПК «Специалист».

Методология УНТП для обучения и применения в УНПК и Проект создания РИС УНТП на территории агломерации городов Донецкой области, разрабатывались для конкретной отрасли и конкретного региона Донецкой области. Непосредственное применение Методологии и Проекта для решения поставленной проблемы требует расширения их возможностей.

Для решения проблемы расширения области применения «Методологии УНТП для обучения и применения в УНПК» и «Проекта создания РИС УНТП на территории агломерации городов Донецкой области», необходимо трансформировать их соответственно в «Методологию УНТП на основе создания кластеров для обучения и применения в УНПК» и «Проект создания кластерных РИС УНТП на территории регионов ДНР».

Цель исследования – сформировать рабочее понятие «кластер» и содержание этапов стратегического развития кластерной организации, начиная от формирования точки роста его в регионе до региона конкурентоспособного на внешних рынках.

Изложение материалов основного исследования. Формирование рабочего понятия «кластер» и описание содержания этапа формирования точки роста его в регионе. В данном исследовании под термином или рабочим понятием предметной области – кластер – будем понимать комплекс, включающий в себя три вида сетей:

- 1) специализированных поставщиков,
- 2) основных производителей,
- 3) основных потребителей,

связанных технологической цепочкой изготовления конкурентоспособных товаров и услуг, интегрированных организационно и сконцентрированных на определенной территории.

Содержание процесса формирования точки роста кластера выглядит следующим образом. Во время формирования кластера, все производства-участники стартовых действий начинают оказывать друг другу необходимую поддержку. Выгода от нее распространяется по всем каналам формирующихся связей. Новые производители, приходящие в него из других отраслей экономики, ускоряют его развитие.

Взаимосвязи внутри кластера, бывают часто абсолютно неожиданными, и поэтому всегда приводят к разработке способов формирования конкуренции и возможностей для участников кластера. Людские ресурсы и идеи становятся реальным средством преодоления проблем, блокирующих развитие конкуренции и появление новых фирм.

Отдельно взятый благоприятный фактор часто дает начальный импульс развитию целой отрасли. Очень часто это происходит вокруг единственной фирмы. Здесь важную роль играет случай и к образованию новой отрасли может привести действие одной из четырех причин конкурентного успеха: факторные параметры, стратегия управления, инновационная направленность деятельности, наличие родственных и поддерживающих отраслей. Например, движению информации будут способствовать следующие факторы: личные взаимоотношения на почве совместной учебы или службы в армии; связи, возникающие в научных сообществах, профессиональных ассоциациях; связи, обусловленные географической близостью; отраслевые ассоциации, обслуживающие кластеры; нормы поведения, такие как вера в длительные и прочные взаимоотношения.

Таким образом, наличие регионального кластера позволит конкретной отрасли ДНР поддерживать преимущество региона на внешнем рынке, а не отдавать его тем странам-конкурентам.

Выводы.

1. Для успешного восстановления экономики ДНР и запуска процессов ее развития в заранее заданные сроки, необходимо иметь «Методологию УНТП на

основе создания кластеров для применения ее в УНПК» и «Проект создания кластерных РИС УНТП на территории регионов ДНР».

2. Создание первого регионального кластера конкретной отрасли позволит ДНР поддерживать преимущество региона на внешнем рынке, а не отдавать его странам-конкурентам.

3. Дальнейшие исследования предполагается проводить в направлении определения содержания этапов стратегического развития кластерной организации, путем дополнения описания процесса формирования точки роста ее в регионе описанием процессов экспансии кластера вначале на внутренних рынках ДНР, а затем – и на внешних рынках.

Список литературы

1. Миграян, А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой / А.А. Миграян // Электронный ресурс: режим доступа – <https://www.krsu.edu.kg/vestnik/2002/v3/a15.html>

ВИДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

ДЕДЯЕВА Л.М.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ГОНЧАРОВА А.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Вхождение отечественной экономики в мировое хозяйство требует от современных субъектов

хозяйствования трансформаций не только на производственном уровне, но и понимания необходимости изменений, поиска новых моделей в управленческих процессах. Управленческий консалтинг и является тем инструментом, который призван помочь руководителям в решении их управленческих и деловых проблем, оптимизации бизнеса, повышении эффективности функционирования организации.

Консалтинг – это вид профессиональных, интеллектуальных услуг, предоставляемых корпоративным клиентам, заинтересованным в оптимизации своего бизнеса, связанный с решением сложных проблем предприятия в сфере управления и организационного развития [1, с. 7]. Управленческое консультирование осуществляется в виде услуг: рекомендаций, советов, решений, предусматривает исследовательскую и аналитическую работу.

Характерными чертами современной консалтинговой деятельности является труд на глубинных научных принципах; системный подход к деятельности; учет разнообразных интересов и настройки на их баланс; ориентация на гармонизацию экономических и социальных интересов; управление знаниями как системный процесс и соответствующее отношение к человеческому интеллекту; неповторимость каждой услуги.

Цель исследования: проанализировать виды управленческого консультирования в системе управления предприятием.

Изложение материалов основного исследования. Существуют два основных подхода к классификациям видов консалтинговых услуг: предметная – с точки зрения предмета консультирования и методологическая – с точки зрения метода консультирования. Предметная классификация наиболее распространена. Согласно ей консалтинг классифицируется в зависимости от трёх элементов менеджмента, на который они направлены: общий, финансовый и производственный. Методологическая классификация ориентирована на профессиональную специфику консультантов, поскольку классифицирует их

деятельность в зависимости от методов работы (экспертное, процессное, обучающее консультирование).

При экспертном консультировании консультант сам проводит диагностику, разрабатывает решения и рекомендации по ее внедрению; при процессном - консультанты постоянно взаимодействуют с клиентом, оценивают его идеи, предложения, проводят при его содействии анализ проблем и подготовку соответствующих решений. Роль консультантов при этом заключается в аккумуляции идей, оценке решений, полученных в процессе совместной с клиентом работы, приведении их в систему и подготовке рекомендаций. При обучающем консультировании консультант не только собирает идеи, анализирует решения, но и подготавливает основу для их появления, предоставляя клиенту соответствующую теоретическую и практическую информацию в форме лекций, семинаров, методических рекомендаций [1].

Существует несколько точек зрения на классификацию консалтинговых услуг. Так, Трофимова О.К. предлагает классификацию, которая включает следующие виды консалтинга: управленческий, инвестиционный, финансовый, фондовый, консалтинг качества (TQM), производственный (инжиниринг), IT-консалтинг (информационные технологии), маркетинговый, рекламы и связей с общественностью (PR), управления персоналом (HR), юридический, обучение и консалтинг безопасности организации [2, С. 22]. Посадский А.П. выделяет восемь критериев консультирования по принципу предметности, которые, в свою очередь, делятся на: управленческий консалтинг, администрирование, финансы, маркетинг, производство, консалтинг в сфере информационных технологий, управление кадрами и специальный консалтинг[3].

В Европейском справочнике-указателе консультантов по менеджменту определяют 8 основных групп консалтинговых услуг. Первая – консультирование по общему управлению включает оказание помощи в решении проблем, связанных с деятельностью организации и перспективами ее

развития. Ко второй группе относится консультирование по администрированию. Основной ее задачей является оптимизация управления организацией. Здесь консультанты разрабатывают рекомендации по распределению функций между отделами предприятия, ведению делопроизводства, налаживанию трудовой дисциплины. Третья группа оказывает помощь в поиске финансов и укреплении финансового положения предприятия, направлена на решение вопросов налогообложения, страхования, платёжеспособности и др., такая группа имеет название «консультирование по финансовому управлению». Также есть четвертая группа - консультирование по управлению кадрами, консультанты занимаются вопросами подбора кадров, системы оплаты труда, повышения квалификации, психологического климата. Консультирование по маркетингу оказывает помощь в исследовании рынка, помогает принимать решения в области рекламы, ценообразования и др. Консультирование по организации производства помогает управляющим решать задачи по выбору технологии производства, оценке и контролю качества продукции, планированию производства. К седьмой группе относится консультирование по информационным технологиям. А также существует восьмая группа - специализированные консалтинговые услуги. Это отдельные виды рекомендаций, которые не включает в себя ни одна из семи предыдущих групп, например, консалтинг по управлению телекоммуникациями, электроэнергетикой, по экологии [4]. Таким образом, консалтинговые услуги очень разнообразны и могут затрагивать многие сферы развития организации. Агентство RAEX выпустило свой рейтинг крупнейших консалтинговых групп и компаний. Как показало исследование, доходы участников топа постепенно растут. Позитивные итоги на рынке консалтинга обеспечили его лидеры. В 2018 году на долю топ-10 рейтинга пришлось 70% от всего объема выручки участников списка, а их доходы увеличились почти на 20% и составили примерно 10 млрд. руб. (таблица).

Таблица

Топ-10 крупнейших российских консалтинговых групп/компаний

Место по итогам 2018 года	Место по итогам 2017 года	Группа компаний / компания	Местоположение центрального офиса	Суммарная выручка от консалтинговых услуг за 2018 год (тыс. рублей)	Темпы роста выручки за год (%)	Число специалистов-консультантов		Тип участника	Число компаний в группе	
						2018 год	Изменение за год		2018 год	Изменение за год
1	1	«ЛАНИТ»	Москва	21 549 567	26,2	2 249	310	группа	15	2
2	2	ЕУ*	Москва	10 335 980	5,8	3 412	183	группа	7	-
3	3	РwC*	Москва	10 173 235	17,5	3 218	н.д.	группа	7	-
4	4	КПМГ*	Москва	8 408 616	39,6	1 281	187	группа	3	-
5	6	КРОК*	Москва	6 936 867	27,9	1 525	-15	группа	2	-
6	7	«Ай-Теко»	Москва	5 092 000	20,9	437	-3	группа	7	-
7	8	«Борлас»	Москва	4 149 594	0,7	257	10	группа	5	-
8	9	БДО Юникон*	Москва	3 885 592	13,3	1 190	183	группа	7	1
9	10	«Аплана»	Москва	2 866 000	9,9	515	57	группа	9	-
10	3	«Консис-т Бизнес Групп»	Москва	1 558 405	17,3	552	-45	группа	5	-2

В связи с необходимостью эффективного расходования средств, а также в процессе привлечения финансирования, консалтинговые услуги остаются востребованными как со стороны бизнеса, так и со стороны государства. Чаще других встречаются запросы на финансовое моделирование, комплексный финансовый консалтинг (бизнес-план, финансовая модель, анализ рынка, экспертиза проекта, оценка имущества и т. д.) Компании осознают необходимость в функциональном обогащении информационных систем, понимают ценность и возможность использования накопившихся данных для поддержки принятия решений.

Кирилл Кулаков, первый заместитель генерального директора группы компаний «Центр независимой экспертизы собственности» заметил, что на современном этапе основной стимул обращения заказчиков за консалтингом – это помощь консультантов в сокращении и оптимизации расходов от

осуществляемой деятельности и владения активами, а также услуги по оптимизации, реализации непрофильных активов, содействию в предоставлении заемного финансирования и привлечении инвестиций [5].

Выводы. Качественный консалтинг это – комплексный, практичный, ориентированный на цели клиента процесс. Сегодня консалтинговые услуги играют важную роль в системе управления организацией. В период политических, социальных, экономических изменений предприятия особенно нуждаются не только в переменах, но и в стабильности. Нахождение равновесия между изменениями и стабильностью предприятий является одной из жизненно важных задач управленческого консультирования.

Список литературы

1. Дорофиенко, В.В. Управленческое консультирование: учебное пособие / В.В.Дорофиенко, Л.М. Дедаева.- Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2017.-187 с.
2. Трофимова, О.К. Такой разный консалтинг. Классификация консалтинговых услуг / О. К. Трофимова // Синергия. – 2004. – № 3. – С. 19–26.
3. Посадский, А.П. Основы консалтинга / А.П. Посадский. – М.: ГУ ВШЭ, 1999. – 240 с.
4. European Directory of Management Consultants. 1995. London: FEACO-AP Information services, 1995.
5. Список крупнейших российских консалтинговых групп и компаний по итогам 2018 года / Журнал RAEX Rating Review. - 2019. -№2. – С. 23-25.

КАДРОВЫЙ КОНСАЛТИНГ В ПОДСИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ДЕДЯЕВА Л.М.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ТАЗЕТДИНОВ Р.И.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность проблемы кадрового консалтинга обусловлена повышающимся интересом к проблемам управления человеческими ресурсами организаций и транспортных предприятий в том числе. Эффективное функционирование системы управления человеческими ресурсами становится определяющим в конкурентной борьбе, когда успешное развитие предприятия во многом зависит от уровня квалификации и слаженной работы его персонала.

В научной литературе кадровый консалтинг определяется как вид деятельности, связанный с решением задач, стоящих перед руководителями высшего звена в области управления человеческими ресурсами с целью повышения его эффективности. В ходе кадрового консалтинга оценивается текущее состояние системы кадров и ее потенциал, выявляются оптимальные пропорции между руководящим и исполнительным персоналом, анализируется эффективность их деятельности [1]. Среди задач, которые решает кадровый консалтинг, особое значение имеет мотивация персонала.

В настоящее время актуальным является внешний кадровый консалтинг в части разработки систем стимулирования топ-менеджмента крупных предприятий. Топ-менеджмент компании обеспечивает ее функционирование.

В условиях нестабильной внешнеполитической обстановки в ДНР достаточно сложно при необходимости найти квалифицированную замену генеральному директору или главному бухгалтеру предприятия. Поэтому важно разрабатывать и внедрять разнообразные инструменты долгосрочного стимулирования топ-менеджеров. Эти инструменты должны быть направлены, прежде всего, на достижение поставленной цели – повышение уровня мотивации, доверия и приверженности менеджеров к организации; способствовать их привлечению к постановке и решению задач стратегического характера, роста показателей эффективности и т.д. [2].

Цель исследования – обосновать необходимость проведения мотивационного аудита в рамках кадрового консалтинга подсистемы мотивации топ-менеджеров транспортного предприятия.

Изложение материалов основного исследования. Мотивационный аудит по своей сути предполагает диагностику мотивационного профиля, как рядового сотрудника, так и топ-менеджеров предприятий, которые зачисляются в кадровый резерв, определение их актуальных и базовых потребностей, оценку демотиваторов, требующих коррекции. Для определения мотивационного профиля предложено использовать методику Шейла Ричи и Питера Мартина, что дает возможность количественно оценить относительную значимость потребностей для конкретного работника и графически представить его мотивационный профиль. Систематизация определенных потребностей позволяет определить уровень лояльности и мотивации работников разного уровня, а также степень значимости каждой потребности для конкретного топ-менеджера. Согласно методике Ш. Ричи и П. Мартина существует двенадцать основных потребностей, которые могут быть актуальными и значимыми для отдельных работников в соответствующей степени важности [3]. К этим потребностям относятся следующие:

1. Потребность в высокой заработной плате и материальном вознаграждении, желание иметь работу с удовлетворительным количеством

доплат и надбавок.

2. Потребность в хороших условиях труда и существовании комфортной окружающей среды.

3. Потребность в четком структурировании работы, наличии обратной связи и информации, позволяющей оценить результаты своей работы, потребность в снижении неопределенности и установлении правил и директив выполнения работы.

4. Потребность в социальных контактах: общение с широким кругом людей, легкая степень доверия, тесные связи с коллегами, и т.п.

5. Потребность формирования и поддержания долгосрочных стабильных взаимоотношений, предусматривающих небольшую численность коллег по работе и позволяющей достичь значительной степени близости отношений и доверия.

6. Потребность в завоевании признания со стороны других людей, в том, чтобы окружающие ценили заслуги, достижения и успехи индивидуума. Значение этого показателя указывает на уровень симпатии к другим и удовлетворения потребности в хороших социальных взаимоотношениях, желании чувствовать собственную значимость.

7. Потребность определения для себя смелых сложных целей и их достижения, что предусматривает следование поставленным целям и получение удовольствия от возможности намечать и преодолевать сложные, многообещающие рубежи.

8. Потребность в достижении влияния и власти, стремление руководить другими. Значение этого показателя отражает уровень конкурентной напористости, поскольку предусматривает обязательное сравнение с другими людьми и осуществление на них влияния.

9. Потребность в разнообразии, переменах и стимулировании, стремление избегать рутины (скуки), что обуславливает потребность работника всегда находиться в состоянии возвышенности, готовности к действиям и изменениям.

10. Потребность быть креативным и открытым для новых идей, уметь анализировать и обдумывать. Этот показатель свидетельствует о тенденции к проявлению любознательности и нетривиального мышления. Но идеи, которые вносит индивидуум, не обязательно будут правильными и будут приняты в дальнейшем.

11. Потребность в совершенствовании, росте и развитии как личности. Это показатель желания самостоятельности, независимости и самосовершенствования.

12. Потребность в ощущении индивидуумом собственной значимости при выполнении интересной общепольной работы, свидетельствующей о необходимости в получении работы, наполненной содержанием и значением, с элементом общественной полезности.

Проведение мотивационного консалтинга в соответствии с изложенными потребностями позволяет:

создать точную, уникальную модель мотивационного профиля конкретного сотрудника;

оценивать соответствие кандидата на должность при зачислении трудового договора, отборе на вакантные, особенно высокооплачиваемые и ответственные должности;

диагностировать причины успешности или неуспешности работника в достижении целей, что позволяет определить направления для корректировки трудового поведения;

формировать рабочие группы (команды, проекты) из таких работников, мотивационные профили которых показывают, что они будут успешно работать в команде, не с одним или двумя ее членами, а со всей командой в целом;

управлять конфликтами, вызываемые недовольством работой и определять возможные сферы деятельности, привлечения к которым помогут работнику удовлетворить его основные потребности;

усовершенствовать систему инвестиций в развитие персонала, что приводит к формированию высококачественного трудового потенциала и обеспечит получение долгосрочного эффекта.

Выводы. Таким образом, формируя методические аспекты мотивационного консалтинга топ-менеджмента транспортных предприятий в Донецкой Народной Республике необходимо учитывать следующие этапы проведения такого процесса:

- определение мотивационного профиля;
- идентификацию типов трудовой мотивации.

Ответственным за внедрение мотивационного консалтинга топ-менеджмента транспортных компаний станет отдел кадров соответствующего предприятия с обязательным привлечением независимых экспертов, заранее утвержденных руководителем.

Ключевой фактор внедрения мотивационного консалтинга — обеспечение высокой эффективности выполнения планов и применения установленных систем оплаты и стимулирования труда.

Список литературы

1. Кадровый аудит и консалтинг: учеб. пособие для студентов / под ред. проф. В.И. Долгого / Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – 2015. – 164 с.
2. Макклелланд Д. Мотивация человека. - СПб Питер. - 2007. – 672 с.: ил. – (Серия «Мастера психологии»).
3. Ричи Ш. Управление мотивацией: 12 факторов мотивации: учеб. пособие для студентов вузов / Ш. Ричи, П. Мартин; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]; под ред. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 399 с. (Серия «Зарубежный учебник»). – ISSN 978-5-238-05110-1. –URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028829>

КОНСАЛТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ДЕДЯЕВА Л.М.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ЯРУНИЧЕВ А.И.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современной рыночной экономике прослеживается стремительное развитие консалтинга как инструмента эффективного управления. Консалтинг – это процесс консультирования руководителей, управленческого персонала и специалистов предприятия по финансовым, юридическим, инвестиционным и другим вопросам.

Услуги профессиональных консультантов по управлению можно рассматривать как «интеллектуальный продукт, предназначенный для использования руководством компании» [1]. Причиной обращения к помощи профессиональных консультантов, как независимых экспертов, является желание руководителя получить квалифицированную оценку состояния дел на предприятии и методы решения имеющихся проблем.

Повышенный интерес к управленческому консультированию сегодня связан с усложнением самого процесса управления организациями в условиях постоянно меняющейся, турбулентной и непредсказуемой внешней среды, с возрастанием числа факторов, которые влияют на принятие управленческих решений, и с потребностью профессионального решения возникающих в организациях проблем.

Цель исследования – рассмотреть консалтинг как инструмент эффективного управления.

Изложение материалов основного исследования. Место управленческого консультирования в общей системе управления организацией проиллюстрировано на рисунке 1.



Рис. 1. Место управленческого консультирования в системе управления организацией

Схема показывает, что консультирование должно быть направлено на развитие организации в целом. Оно включает в себя организационную диагностику, анализ системы целеполагания, работу с процессами, коллективами и др.[2]. Такой подход к управленческому консультированию А. И. Пригожин назвал «глубоким консультированием», в отличие от частичного консультирования (решения отдельных поставленных заказчиком задач). В результате такого консультирования появляются не только новые заказы, удовлетворенные клиенты, новые знания, но и реальные изменения в организациях, в их целях, структуре, технологии, приемах и методах работы и т.д.[3].

Исследование показало, что суммарная выручка крупнейших российских консалтинговых групп и компаний-участниц 19-го по счету рэнкинга составила по итогам 2017 года 97,1 млрд. руб., увеличившись за год, по сопоставимым данным, на рекордные 10%. Такой рост позволил не только впервые с 2014 года перекрыть инфляцию (2,5% за 2017 год, Росстат), но и оказался наивысшим за

последние несколько лет. Похожий темп роста доходов наблюдался у консультантов в 2014 году: тогда он составлял 9%, но при инфляции 11,4%, в 2015 году рынок вырос уже скромнее — на 7% (инфляция — 12,9%), а в 2016 году всего на 5% (при инфляции в 5,4%).

Стоит отметить, что общее число специалистов-консультантов у участников рэнкинга за год тоже возросло, но лишь на 6% (до 22 709 человек), что свидетельствует о повышении производительности труда в этом секторе услуг [4]. На рисунке 2 показано изменение выручки консалтинговых фирм по сферам деятельности предприятий в 2016 (по сравнению с 2015) и в 2017 (по сравнению 2016).

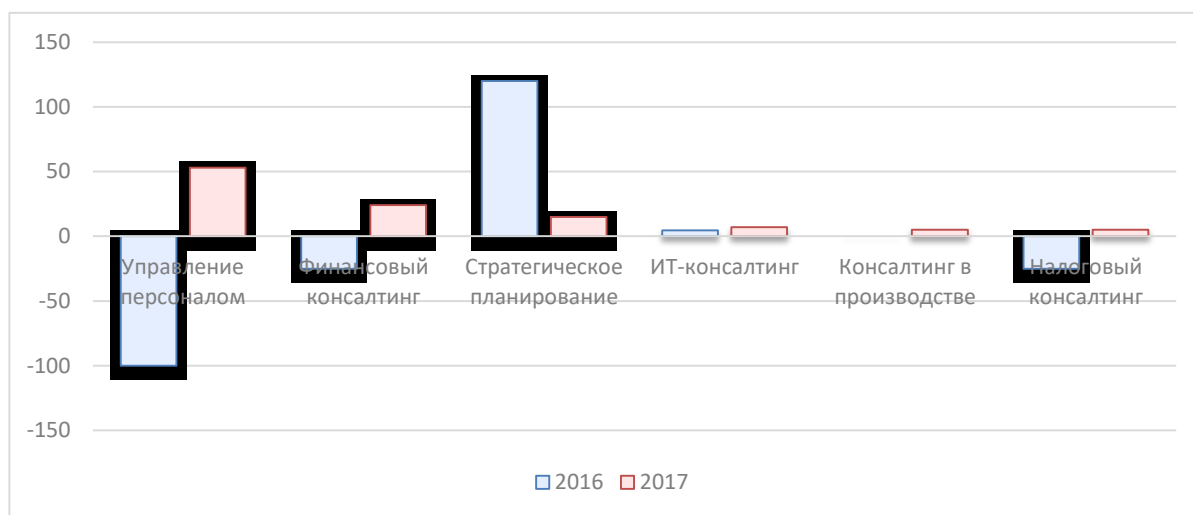


Рис. 2. Изменение выручки консалтинговых фирм в 2016-2017 гг. [4]

Использование консультационных услуг, как фактор повышения конкурентоспособности становится актуален для России, где только недавно начали проявляться признаки насыщения некоторых рынков товаров и услуг.

Анализ показывает, что наиболее востребованным видом является ИТ-консалтинг. Так, доля ИТ-консалтинга в общей выручке в 2016 году составляла 84,4%, а в 2017 несколько снизилась (67%), тем не менее остаётся наиболее высоким показателем среди других сфер консультирования. В ИТ-консалтинге росту спроса способствуют государство и компании с большей долей госучастия.

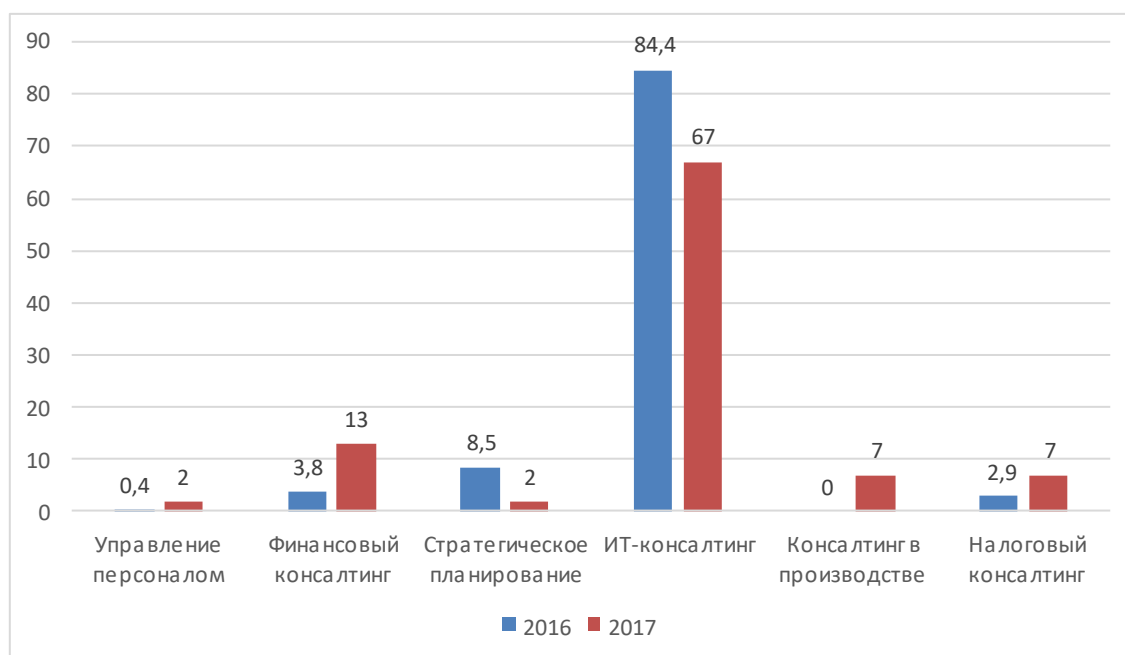


Рис. 3. Распределение выручки консалтинговых компаний по сферам деятельности предприятия в 2016-2017 гг. [4]

Главным двигателем спроса на консалтинг остается стремление заказчика к эффективности бизнеса в целом и оптимизации отдельных процессов, что чем дальше, тем чаще достигается за счет внедрения новых технологий и цифровизации [5].

Выводы. В условиях необходимости решения нестандартных управленческих проблем, стоящих перед предприятиями, значительно возрастает роль профессиональных консультантов. Перечень услуг, оказываемых консалтинговыми компаниями, позволяет решить практически любые нестандартные задачи в деятельности предприятия. Это, в свою очередь, является показателем уровня внедрения передовых технологий в процессы производства и обслуживания. Исследование деятельности консалтинговых компаний свидетельствует о значительном росте доли консалтинга в экономике России, который является важным инструментом на пути развития постиндустриального типа экономики, экономики знаний.

Список литературы

1. Баутин М., Веселовский М.Я. Информационно-консультационная служба АПК: итоги работы, проблемы, задачи. АПК: Экономика, управление. 2011. №3. С.16-20
2. Лыгина Н. И. Роль и место управленческого консультирования в практике развития систем управления / Н.И. Лыгина, С. И. Овсянникова // Вестник ОрегГИЭТ. 2011. №3(17). С. 54
3. Пригожин А. И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим. / А.И. Пригожин, М.: Дело, 2010. С. 427
4. Ежегодный рэнкинг крупнейших консалтинговых групп и компаний, составленный агентством RAEX[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3630875> (дата обращения: 13.10.2019)
5. Игнатьев А.В. Консалтинг и аутсорсинг как факторы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях экономики знаний / А.В. Игнатьев, Е.Н. Тихонов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №6(14), 2012, г. Санкт-Петербург.

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

ДОКТОРОВА Н.П.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Система финансового обеспечения сферы социальной защиты населения и социального обеспечения, составной частью которой является предоставление социальных услуг, акцентирует

внимание на неэффективных социальных денежных выплатах, ряде громоздких и непрозрачных льгот, которые были присущи модели социального обеспечения советских времен. Такая система далека от современной, экономически обоснованной и эффективной модели социальной защиты населения образца стран ЕС.

Изложение материалов основного исследования. Финансирование системы предоставления социальных услуг осуществляется в соответствии с бюджетным законодательством. Анализ правовых актов позволяет выделить источники финансирования в государственные и негосударственные.

Государственные:

средства государственного и местных бюджетов;

средства государственных и внебюджетных средств социальных страховых и других специальных фондов;

другие средства, предусмотренные законом.

Негосударственные:

средства предприятий, учреждений, организаций;

средства благотворительной помощи (пожертвования):

плата за социальные услуги:

средства получателей социальных услуг:

другие средства, предусмотренные законом.

В государственном и местных бюджетах должны предусматриваться средства для финансирования целевых программ оказания социальных услуг, а в местных бюджетах должны планироваться средства, необходимые для финансирования социальных услуг. Финансирование территориальных программ развития социальных услуг осуществляется за счет выделенных местному бюджету целевых субвенций или путем кооперирования средств местных бюджетов на реализацию совместных проектов. Физическим лицам, которые предоставляют социальные услуги, назначаются и выплачиваются компенсационные выплаты, порядок и размеры которых утвержден.

Компенсация назначается и выплачивается органом труда и социальной защиты населения исходя из прожиточного минимума для трудоспособных лиц.

Анализ мировой практики финансирования систем социальной защиты населения дает основания утверждать, что в этом контексте используются не все источники финансирования указанной системы. Во многих странах мира для финансирования социальной сферы, кроме бюджетных средств, используются такие источники, как:

соответствующие налоговые льготы, возмещения и отсрочки;

кредиты;

собственные средства граждан;

страховые взносы в государственные и негосударственные страховые фонды;

средства предприятий в виде их обязательств по выполнению социальных функций;

общественные инициативы (различные фонды, сборы) предоставление государственного имущества для функционирования социальной сферы, использование государственной инфраструктуры и др.

Финансирование предоставления социальных услуг осуществляется в системе социальной защиты.

Сфера социальной защиты и социального обеспечения является крупнейшей расходной статьей сводного бюджета, по показателям валовых объемов опережает здравоохранение, образование и расходы на экономическую деятельность.

Стоит отметить, что выявить статистические данные по расходам на социальные услуги в зарубежных странах является также вопросом непростым. В странах Европы распространенными являются показатели расходов на социальное обеспечение в процентах к показателю ВВП, которые колеблются в пределах 1-3% [2, с. 32-33].

Исследуя финансовый механизм государственного управления системой предоставления социальных услуг, следует отметить, что государство может оказывать органам местного самоуправления отдельные полномочия органов исполнительной власти. Государство финансирует осуществление этих полномочий в полном объеме за счет средств Государственного бюджета или путем отнесения в местный бюджет в установленном законом порядке отдельных общегосударственных налогов, передает органам местного самоуправления соответствующие объекты государственной собственности.

Выводы. Финансирование социальных услуг осуществляется за счет средств государственного и местных бюджетов, специальных фондов, средств предприятий, учреждений и организаций, платы за социальные услуги, средств благотворительной помощи (пожертвований), средств получателей социальных услуг и других источников, предусмотренных законодательством. В местных бюджетах должны планироваться средства, необходимые для финансирования социальных услуг. В государственном и местных бюджетах должны предусматриваться средства для финансирования целевых программ по предоставлению социальных услуг. Финансирование территориальных программ развития социальных услуг осуществляется за счет выделенных местному бюджету целевых субвенций или путем кооперирования средств местных бюджетов на реализацию совместных проектов.

Органы государственного управления должны финансировать осуществление делегированных местному самоуправлению полномочий, в частности по предоставлению социальных услуг в полном объеме за счет средств государственного бюджета.

Список литературы

1. Положительный опыт предоставления социальных услуг в странах Юго-Восточной Европы / Ред. И. Фулц, М. Трейси. – М. : Международная организация труда, 2008. – 124 с.

ЗАНЯТОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

ДОКТОРОВА Н.П.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

КАЛИТА К.Н.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Занятость – не только экономическая, но и очень важная социальная проблема. Она играет решающую роль в обеспечении определенного уровня жизни населения, в создании и развитии профессиональных возможностей каждого человека, формировании и выявлении личности. Труд формирует основное богатство общества, обеспечивает его поступательное развитие, содействует социальному прогрессу мирового сообщества. Занятость должна всегда быть в центре внимания общества, государства и его социально – экономический политики. В этом случае политика занятости выступает как комплекс мер, нацеленных на стимулирование вовлеченности и эффективного функционирования индивидов в сфере труда.

Цель исследования: изучение занятости как фактора социальной политики.

Изложение материалов основного исследования. Политика в сфере труда и занятости выступает как комплекс мер, которые направлены на реализацию прав граждан на занятость, содействие полной, продуктивной и свободно избранной деятельности для увеличения уровня и качества жизни человека, а также эффективности экономики [1].

Государственная политика занятости ориентирована на решение такой задачи, как развитие и полная реализация трудового потенциала граждан. Сюда также можно отнести обеспечение населения достойным заработком и стабильное продвижение по карьерной лестнице.

Активная политика в области занятости – действия, направленные на снижение безработицы. Это мероприятия по предотвращению увольнений, а также обучение, повышение квалификации, помощь в поиске работы, переподготовку, создание новых рабочих мест.

Пассивная государственная политика занятости – меры, которые помогают снизить негативные последствия такого явления, как безработица. Это выплаты социальных пособий, выдача малоимущим людям товаров первой необходимости, организация специальных столовых для бездомных, а также другие виды помощи.

Государственная политика в области содействия занятости направлена на:

- 1) развитие человеческих ресурсов для труда;
- 2) предоставление равных возможностей всем гражданам независимо от факторов в реализации права на добровольный труд и свободный выбор занятости;
- 3) создание условий, которые обеспечивают достойную жизнь и свободное развитие человека;
- 4) поддержку трудовой и предпринимательских инициатив граждан, осуществляемой в рамках законности;
- 5) обеспечение социальной защиты в области занятости населения, проведение таких мероприятий, которые способствуют обеспечению занятости граждан, которые особо нуждаются в социальной защите и испытывают трудности в поиске работы;
- 6) предупреждение массовой и сокращение длительной безработицы;

7) поощрения работодателей, сохраняющих действующие и создающие новые рабочие места, прежде всего для граждан, особо нуждающихся в социальной защите и испытывающих трудности в поиске работы [2].

Государственная политика занятости базируется на принципах:

1) приоритетности обеспечения полной, продуктивной и свободно избранной занятости населения при реализации активной социально–экономической политики государства;

2) обеспечение равных возможностей для населения при осуществлении конституционного права на труд;

3) ответственность государства за формирование и реализацию политики занятости населения;

4) содействие эффективному использованию трудового потенциала и обеспечение социальной защиты населения от безработицы.

Целью государственной политики в области занятости населения является [3]:

1) предоставление равных возможностей для осуществления лицами своего права на труд;

2) содействие занятости населения, в том числе в сельской местности;

3) содействие в повышении профессионального уровня трудоспособного населения в соответствии с социальными потребностями;

4) обеспечение экономики квалифицированными кадрами;

5) обеспечение социальной защиты лиц в случае безработицы.

6) сбалансированность спроса на рабочую силу (создание должного количества рабочих мест) и ее предложения (создание условий для профессионального развития, достойных условий труда);

Государство обеспечивает реализацию политики в области содействия занятости путем [4]: 1) осуществление налоговой, денежно–кредитной, инвестиционной, бюджетной, социальной, внешнеэкономической и инновационной политики в целях расширения сферы занятости, обеспечения

полной, продуктивной, свободно избранной занятости, повышения квалификации и конкурентоспособности рабочей силы; 2) включение в систему регулирования рынка труда мер по стимулированию отечественного производства к созданию новых рабочих мест в приоритетных отраслях экономики и сельской местности; 3) содействие повышению конкурентоспособности рабочей силы и занятости; 4) содействие самозанятости путем поощрения открытия собственного дела; 5) социальная защита граждан в случае безработицы; 6) прогнозирование и оценка влияния политики занятости на рынок труда; 7) лицензирование трудовой посреднической деятельности за рубежом.

Выводы. Таким образом, государственная политика занятости представляет собой систему мер прямого государственного и косвенного воздействия на сферу труда (рынок труда) для достижения поставленных целей. С целью решения социальных проблем на рынке труда государственная политика должна обеспечивать равные возможности доступа на рынок труда для тех категорий населения, которые лишены его по объективным причинам. К этим категориям относятся: молодежь, инвалиды (трудоспособные), женщины, беженцы и вынужденные переселенцы.

Список литературы

1. Канаева. О.А. Социальная политика государства и бизнеса: Учебник / О.А. Канаева. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 343 с.
2. Самыгин, С.И. Социальная политика: Учебник для бакалавров / С.И. Самыгин, И.А. Янкина, А.В. Рачипа. – М.: ИТК Дашков и К, 2015. – 224 с.
3. Фёдорова, Н.В. Государственная и муниципальная социальная политика / Н.В. Фёдорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2013. – 1016 .
4. Махмудова М.М. Напряженность на региональных рынках труда в условиях макроэкономической нестабильности // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2–1 (67–1). С. 331–334.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ НАСЕЛЕНИЯ

ДОКТОРОВА Н.П.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ГОНЧАРОВА А.И.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Термин «социальное обеспечение» впервые официально был упомянут в Положении о социальном обеспечении трудящихся, принятом Декретом СНК РСФСР 31 октября 1918 г. Он обозначал одну из важнейших мер борьбы с социальной необеспеченностью.

Эксперты в вопросах права социального обеспечения, Тучкова Э.Г., Галаганов В.П. и Захаров М.П., определяют его как один из способов распределения части ВВП путем предоставления гражданам материальных благ в целях выравнивания их личных доходов в случаях наступления социальных и экономических рисков за счет средств целевых финансовых источников в объеме и на условиях, строго нормируемых обществом, государством, для поддержания их полноценного социального статуса.

Другие исследователи считают, что социальное обеспечение – это система общественных отношений, складывающихся между гражданами и государственными органами, органами местного самоуправления, а также организациями по поводу предоставления гражданам пенсий, пособий, медицинской помощи и других видов обеспечения за счет специальных фондов при наступлении жизненных обстоятельств, влекущих за собой снижение или утрату дохода.

Несмотря на разные трактовки термина, все определения включают в себя основные признаки социального обеспечения. Оно, в первую очередь, направлено на выравнивание доходов граждан и поддержание их полноценного социального статуса в случаях, предусмотренных законодательством.

Цель исследования состоит в определении формирования системы управления социальным обеспечением населения.

Изложение материалов основного исследования. Рассматривая социальное обеспечение, как особый социальный институт государства, можно сказать, что оно является гарантией достойного уровня жизни каждого гражданина и сохранения источника средств к существованию при наступлении определенных жизненных обстоятельств. Его содержание и параметры формировались постепенно по мере развития самой системы социального обеспечения в российском государстве.

Основной причиной возникновения социального обеспечения населения являются риски, свойственные природе человеческого существования. Нормальная жизнедеятельность человеческого общества невозможна без обоюдной помощи, оказываемой людьми в экстремальных ситуациях. Поэтому социальное обеспечение всегда было нацелено на преодоление проблемы потери дохода.

Ключевые особенности формирующихся зарубежных систем социального обеспечения по мнению В.В. Антропова:

- предоставление социальных услуг в форме компенсации дохода в случае наступления социальных рисков;
- обязательный характер системы страхования;
- участие в финансировании трех сторон: наемного работника, работодателя и органов государственного управления.

Историю оказания социальных услуг в России можно условно разделить на четыре этапа:

1. Социальная помощь у восточных славян.

2. Церковно-монастырское призрение, княжеская благотворительность (IX-XIV вв. и XIV-XVIII вв.).

3. Система государственного призрения в Российской империи (XVIII-XIX вв.).

4. Частная и общественная благотворительность (конец XIX - начало XX века).

В основе помощи бедным, детям и старикам у восточных славян лежали общинные взаимоотношения, нормы и традиции.

С момента введения христианства на Руси и вплоть до начала XX века ключевую роль в помощи нуждающимся играла церковь.

При каждом монастыре, обладающем необходимыми ресурсами и средствами, организовывались обеды для нищих. В обязанности духовенства входили надзор и попечение за призреваемыми малоимущими.

Помощь нуждающимся от монастырей и церквей была разнообразной и определялась материальными возможностями. Для сирот создавались специальные приюты, которые со временем превращались в сиротско-воспитательные дома.

С появлением Российской империи государство обеспечивало пенсиями только военнотружущих и государственных служащих. Социальная поддержка других категорий нуждающихся была делом местных органов и частных владельцев отдельных предприятий.

Российская система государственного призрения со времен петровской эпохи до начала XX в., была ориентирована на оказание социальной помощи нуждающимся слоям населения.

Период конца XIX-начала XX века характеризуется особым направлением помощи нуждающимся – частной, преимущественно княжеской благотворительностью. В начале XIX в. в России возросло количество нуждающихся в помощи государства (ветераны войн, семьи, оставшиеся без кормильцев, вдовы). Им оказывалась помощь полугосударственными

благотворительными организациями, а также за счет возросшей частной благотворительности. Данный период можно назвать началом формирования благотворительной помощи.

Формирование современной модели социального обеспечения в Российской Федерации начинается после событий Октябрьской революции 1917 года. Был положен конец прежней системе государственного и общественного призрения. С 1918 года государство полностью берет в свои руки социальное обеспечение граждан.

Система социального обеспечения, которая создавалась советским государством, носила классовый характер, так как исключала из круга обеспечиваемых представителей свергнутых классов.

Государственная система социального обеспечения населения, система пенсионного обеспечения, а также развитие сети специализированных стационарных учреждений социального обслуживания начинают формироваться с 20-х гг. XX в.

После событий Великой Отечественной войны снова возрастает количество нуждающихся в поддержке государства. Однако патерналистская система социального обеспечения граждан позволила охватить практически все население страны гарантиями и льготами.

Из-за распада Советского Союза в 1991 году происходят существенные изменения в социально-экономической сфере России, которые приводят к трансформации существующей системы социального обеспечения. Еще с 1990-х гг. формируется система социальной защиты, в рамках которой зарождается система социального обслуживания.

На сегодняшний день система социального обслуживания в Российской Федерации строится на основных нормативно-правовых актах в данной области.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в области социального обеспечения происходили кардинальные изменения его концепции и

нормативной базы. В современной государственной социальной политике управление социальным обеспечением является одним из основных элементов, нацеленным на осуществление социального обеспечения.

Управление социальным обеспечением является неотъемлемой частью осуществления социального обеспечения. Социальные системы являются наиболее сложными системами, соответственно, управление ими можно назвать наиболее сложным видом управления.

Выводы. Подводя итог данной работы, можно сказать, что социальное обеспечение населения – это организованная государством форма помощи для определенных категорий граждан, оказываемая при наступлении определённых обстоятельств с целью выравнивания социального положения людей.

Объективная необходимость социального управления обусловлена общественным характером существования людей (труда, общения, взаимодействия). Социальное управление необходимо для обеспечения координации и регулирования совместной деятельности людей, а также согласованности индивидуальных действий.

О НЕКОТОРЫХ ПОДХОДАХ К ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ В КОНТЕКСТЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

ДОРОФИЕНКО В.В.,

д-р экон. наук, профессор,

проректор по научной работе, зав. кафедрой,

ПУГАЧЕВА К.Е.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На сегодняшний день за рубежом

накоплен большой опыт разработок и применения программно-целевого планирования на национальном и региональном уровне, который на протяжении десятилетий успешно используется в практике ряда стран. Такой метод планирования позволяет эффективно и рационально распределять бюджетные средства. Применение на практике такого метода планирования в последние годы обеспечило экономический рост в ряде стран Европы и Азии.

В Донецкой Народной Республике пока еще не накоплен опыт и отсутствует практическое применение программно-целевого планирования. Именно поэтому анализ зарубежного опыта в развитии программно-целевого планирования имеет актуальное значение.

Целью исследования является потребность в результатах и стратегическая значимость на региональном и местном уровнях.

Изложение материалов основного исследования. Программно-целевой метод может быть направлен на решение проблем в экономической, социальной, научно-технической, инвестиционной, экологической и других областях [1].

Как показывает опыт зарубежных стран, программно-целевой метод может являться мощным инструментом по реализации государственной экономической и социальной политики.

Во Франции переход к программно-целевому методу планирования бюджета произошел в 2001 году. Согласно принятому тогда конституционному закону о государственных финансах, бюджетные расходы страны теперь распределяются по трехуровневой структуре.

Первый уровень предусматривает определение 34 миссии которые четко демонстрируют основные приоритеты государственной политики в среднесрочной и долгосрочной перспективе. После уже, в парламенте Франции утверждают бюджет. Ответственность за выполнение одной из миссии несет несколько министерств.

На втором уровне составляется уже около 140 программ, которые включают в себя комплекс мероприятий, направленных на реализацию миссии. Ответственность за реализацию программы возлагается на одно из министерств.

На третьем уровне согласно установленным целям программы уже подразделяют на 500 подпрограмм и направлений. Назначенное ответственное лицо получает право перераспределять средства и переносить их на следующий бюджетный год. Несмотря на финансовую гибкость, ответственное лицо обязано отчитываться руководителям проекта о соответствии мероприятий поставленным целям и предоставлять им отчет об эффективности использования бюджетных средств.

Как во Франции, так и в России, направления программ складываются из текущих стратегических целей страны. Программно-целевой метод в этих странах применяется с целью поддержания баланса во всех сферах государственного регулирования народного хозяйства.

А вот в Японии программно-целевой метод применяется немного иначе. Если во Франции и в России используют программно-целевой метод для разрешения проблем, которые направлены на различные сферы народного хозяйства, то в Японии программно-целевой метод применяют только для стимулирования наукоемких отраслей (электроника, робототехника, информационные системы).

Правительство Японии оказывает содействие в реализации перспективных научных исследований в приоритетных для страны направлениях. Осуществляемые программы являются ориентирами для частного сектора, которые косвенно влияют на инновационные программы предприятия. Применение программно-целевого метода преследует цель сформировать у предпринимателей представление о будущей научно-технической и инновационной структуре экономики. Это происходит для ориентирования инвестиций частного сектора на развитие стратегически важных технологий;

обеспечения косвенного государственного регулирования экономики; обозначение сферы которая требует активного государственного вмешательства; определения характера правительственного вмешательства.

Изучив программно-целевой метод планирования в Японии можно сделать вывод, что он является тем инструментом который сочетается с прогнозами научно-технического развития и мерами косвенного и прямого планового регулирования экономики.

С начала 2000-го года Япония стала одной из лидирующих стран в области производства высокотехнологичного производственного оборудования за счет внедрения программно-целевого метода.

В США программно-целевой метод применяют для разработки программ по социально-экономическому развитию субъектов страны. Поэтому на уровне городов и штатов создаются специальные комиссии и агентства по экономическому развитию, которые входят в состав территориальных исполнительных органов власти. Их цель заключается в повышении уровня и качества жизни населения, а также для повышения конкурентоспособности штата. Создание и реализация такой программы происходит по следующему алгоритму:

- 1) постановка целей программы;
- 2) утверждение бюджета для реализации программы;
- 3) составление списка участников;
- 4) разработка мероприятий программы;
- 5) создание организационных структур и утверждение координатора программы для решения поставленных задач.

В США также используется система рейтинговой оценки целевых программ Program Assessment Rating Tool (PART). Данная система направлена на повышение эффективности государственных программ. PART основывается на профессиональном оценивании и изучении целевых программ с помощью

широкого спектра факторов которые представляют собой группу тематических вопросов.

Первая группа включает себя ряд вопросов, с помощью которых выявляется степень отчетливости целей и задач программы, их достижимость и конкретность результатов.

Вторая группа вопросов определяет важность проблем, решаемых в рамках программы на долгосрочный период, подтверждение потребности и значимости осуществления данной программы на уровне штата, страны.

Третья группа вопросов касается финансового обеспечения государственной программы: необходимое количество финансирования, поиск источников финансирования и эффективность их использования.

Четвертая группа вопросов - критерий «конечный эффект программы». По результатам системы оценивания PART государственная программа получает итоговый балл (от 0 до 100). На основе полученных данных, программы распределяют по четырем категориям: «Эффективные», «Достаточно эффективные», «Приемлемые» и «Неэффективные» программы.

Благодаря такой рейтинговой системе для оценки целевых программ как PART США удалось снизить количество неэффективных государственных программ, что свидетельствует о достижении поставленных целей.

Опираясь на зарубежный опыт можно сделать вывод о том, что единого мнения по целесообразности применения государственного планирования не существует. Если в Японии программно-целевое планирование видят, как ориентир для стабильного развития страны, то в таких странах, как США, Франция и Россия, не видят необходимости в определении долгосрочных приоритетов и склоняются к гармоничному развитию страны [2].

Выводы. Для улучшения реализации программно-целевого планирования в Донецкой Народной Республике необходимо учитывать опыт зарубежных стран с целью определения успешных методик и использования их в симбиозе с нынешним механизмом реализации программно-целевого планирования в

Донецкой Народной Республике.

Так, к примеру, на базе американской системы PART целесообразно будет организовать комиссию, подконтрольную Министерству экономического развития, которая проводила бы дополнительную экспертизу целевых программ. Комиссия смогла бы определять степень на предмет проработанности и целесообразности реализации программ, используя группу тематических вопросов. По результатам ответов, на которые целевой программе присваивается оценка, определяющая значимость данной программы в достижении стратегических задач. Это позволит увеличить эффективность использования бюджетных средств в Донецкой Народной Республике.

Список литературы

1. Тушов А.А. Целевые программы в системе государственного регулирования экономики // «Экономика и управление» - 2012 г.
2. Теплицкая А.А. Обзор и анализ зарубежного опыта планирования // Молодой ученый, 2013. С. 188-192.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

ЗУБКОВ А.А.,

аспирант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время нормативно-правовая база и институциональная система регистрации и учета недвижимости в Донецкой Народной Республике находится в состоянии формирования. Для

всестороннего изучения данного вопроса и формирования рекомендаций по совершенствованию процесса государственного управления недвижимостью необходимо рассмотреть теоретические основы понятия государственное управление недвижимостью. Развитие государственной системы управления недвижимостью способствует развитию экономики страны и является неотъемлемой частью развития предпринимательства в республике.

Цель исследования заключается в изучении теоретических основ и понятия «государственное управление недвижимостью».

Изложение материалов основного исследования. В современных условиях построения государственных институтов, развития местного самоуправления и создания нормативно-правой базы особое внимание следует уделить теоретическим аспектам государственного управления недвижимостью. Анализ современной научно-методической литературы позволил выделить следующие теоретические основы государственного управления недвижимостью.

Одним из основополагающих понятий, является понятие государство – это форма организации общества, которая объединяет людей на определенной территории и обеспечивает соблюдение общепринятых норм и правил. Существуют различные варианты государственного устройства, а также распределения полномочий между различными ведомствами.

Основным механизмом работы ведомств можно назвать государственное управление – это результат работы институтов органов власти, в лице должностных лиц, которые регулируют общественные отношения, на основе нормативно-правовых актов. В широком смысле речь идет об обеспечении выполнения государственных функций, вследствие управления общественной жизнью. Данный процесс осуществляется на основе принятия в государстве нормативно-правового обеспечения. Согласно законодательству функции государства делегируются между различными отраслевыми инстанциями.

Одной из основных базисных единиц государства, является территория – часть земного и внеземного пространства, отделенная естественными природными объектами и имеющая юридически подтвержденные границы. Территория государства подразделяется на земельные участки, которые и являются недвижимостью. Следует отметить, что понятие недвижимость имеет более широкое значение. В результате проведения анализа научной литературы и нормативно-правовых документов, выделяется несколько трактовок понятия недвижимость. Наиболее объективное понятие, отражено в законодательстве и предполагает учет земельных участков, недр, шельфов, зданий и сооружений на участках, в том числе недостроенных и их отдельных частей. В научных исследованиях доминирует определение недвижимости, как здания или сооружения, или их отдельной части – квартиры, помещения. Однако, данные объекты капитального строительства, находятся на земельном участке и поэтому более правильно определять понятие недвижимость, как целостный имущественный комплекс. Высказанное предложение обусловлено необходимостью исключения юридических противоречий между собственниками земельного участка и владельцами капитальных объектов на этих участках.

Согласно законодательству каждый объект недвижимости должен иметь собственника. В большинстве государств выделяют три вида собственности на землю: государственную, муниципальную (коммунальную) и частную. Государственная собственность – это имущество или средство производства, находящееся под прямым управлением государства на праве полного владения. Муниципальная (коммунальная) собственность – это также вид государственной собственности, однако право собственности закреплено не за центральными органами власти, а за местным самоуправлением административно-территориальных единиц – общин. В отличие от предыдущих видов собственности, которые юридически принадлежат государству, частная собственность – может принадлежать физическим и юридическим лицам,

которые могут использовать ее в своей деятельности, в рамках действующего законодательства. В ряде государств, законодательно введены ограничения на владение недвижимым имуществом, физическими и юридическими лицами, не имеющими гражданство данной страны. В данном случае, это не является запретом на ведение предпринимательской деятельности на ее территории. Существует эффективный механизм решения данной проблемы, который взаимовыгодный для государства, физических и юридических лиц.

Обозначенный механизм, называется арендой, когда юридическому либо физическому лицу предоставляется право пользования недвижимостью на договорных условиях на определенное время, либо бессрочно без изменения собственника. Стоит отметить, что условия арендного договора могут различаться: платность или безвозмездное использования с дополнительными условиями. Стоимость арендной платы также может варьироваться, в зависимости от различных факторов.

Государственное управление недвижимостью в зависимости от вида собственности также различается. В случае государственной и коммунальной собственности, государство либо территориальная община напрямую управляют своей недвижимостью на основании закона, в случае частной собственности государственное управление имеет ограниченный характер.

Выделим основные функции государственного управления недвижимостью всех видов собственности:

1. Регистрация и подтверждение права собственности.
2. Налогообложение недвижимости.
3. Контроль за соблюдением норм и правил использования недвижимости.

Данные функции закреплены в кадастре недвижимости, который представляет собой государственную базу данных картографических, технических, юридических и нормативных документов, в которой имеется вся информация об объектах недвижимости (земельные участки, а также здания и

сооружения, расположенные на них). Кадастр может использоваться различными ведомствами:

- министерством юстиции – для удостоверения права собственности,
- налоговой службой – для определения ставки налогообложения,
- судебной системой и правоохранительными органами – как источник достоверных данных.

Выводы. Таким образом, следует отметить особую важность правильности формулировок в процессе управления недвижимостью, поскольку отсутствие полных, однозначных понятий, в том числе и в законодательстве приводит к различным толкованиям нормативно-правовых актов, что негативно сказывается на государственном управлении, экономическом развитии страны и возможности полноценного ведения бизнеса. Особое внимание следует уделить полноте понятия недвижимость, так как раздельный учет зданий и сооружений без земельных участков может приводить к спорным ситуациям между собственниками. Также стоит обратить внимание на особенности государственного управления недвижимостью, находящейся в различных видах собственности. Поскольку данный процесс, инструменты и механизм отличается в зависимости от вида собственности.

Список литературы

1. Бабаян К.Т. К вопросу о совершенствовании кадастровых работ, учета недвижимости и регистрации прав на нее / К.Т. Бабаян, И.В. Гагай // Научный журнал КубГАУ. – №117(03). – 2016. – С. 1-13. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-sovershenstvovanii-kadastrovyh-rabot-ucheta-nedvizhimosti-i-registratsii-prav-na-nee>

2. Кобзина С.А. Учет объектов недвижимости при формировании сведений, обеспечивающих переход к единому объекту недвижимости / С.А. Кобзина // Известия ТулГУ. Науки о земле. – № 4 – 2016. – С. 235-242. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/uchet->

obektov-nedvizhimosti-pri-formirovanii-svedeniy-obespechivayuschi-perehod-k-edinomu-obektu-nedvizhimosti

3. Конин Н.М. К вопросу о понятии и содержании государственного управления / Н.М. Конин // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2012. – С. 159-163. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-ponyatii-i-soderzhanii-gosudarstvennogo-upravleniya>

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОНИТОРИНГА И ОЦЕНКИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ НА МЕЗОУРОВНЕ

ИВАНОВ М.Ф.,

д-р экон. наук, профессор, зав кафедрой,

СЕДЫХ Е.И.,

магистрант,

РОМАНЧАК А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента строительных организаций

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия

строительства и архитектуры»,

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Закономерным этапом развития стратегического управления отраслей на уровне региональных административно-территориальных единиц является развитие механизма мониторинга и оценки реализации стратегий экономического и социального развития территорий мезоуровня, учитывая необходимость не только планировать будущие изменения в этих социально-экономических системах, но и осуществлять постоянный контроль и оценку результативности их

выполнения. Однако сочетание стратегического планирования, мониторинга реализации стратегий отраслей и оценки целевых показателей стратегических планов на мезоуровне, то есть эффективно функционирующая отраслевая мезосистема стратегического управления, в настоящее время требует совершенствования. Действующая методика стратегического менеджмента для мезосистем не способна повлиять на повышение их конкурентоспособности на мезоуровне управления.

Цель исследования состоит в определении теоретико-методологических аспектов мониторинга и оценки реализации стратегий развития отраслей на мезоуровне.

Изложения материалов основного исследования. Научная литература, особенно зарубежная, оперирует достаточно разветвленным арсеналом теоретико-методологических разработок относительно мониторинга и оценки в области стратегического планирования экономического и социального развития территорий на различных уровнях, в том числе и на мезоуровне. Однако они не всегда доступны и понятны для руководителям властных структур, вовлеченным в процесс стратегического планирования, из-за чего во многих случаях до сих пор отсутствует общее представление по содержанию процессов мониторинга и оценки.

Мониторинг - процесс, предусматривающий наблюдение за прогрессом, который достигается в ходе определенной деятельности или определенные меры, благодаря чему заинтересованные стороны получают информацию о достижениях целей и задач. Результаты мониторинга дают ответ на вопрос «осуществляется запланированная деятельность?», «Наблюдается прогресс на пути достижения определенных результатов?» [1, с. 16]. Измерение же деятельности, завершена она или до сих пор продолжается, определение степени достижения определенных целей – все это воплощается в категории «оценка». Цели мониторинга и оценки весьма схожи - предоставление информации, помогающей повысить качество управленческой деятельности на

пути достижения запланированных результатов. Однако, упор делается на том, что это разные сущностные инструменты проверки выполнения программно-плановых документов и несколько разные процессы, которые следуют один за другим: оценка опирается на ту информацию, которая оказывается в процессе мониторинга; к тому же она обеспечивает более глубокий анализ, и предоставляет объективную информацию именно о степени достижения запланированных результатов. Соответственно, если в ходе мониторинга сравниваются те мероприятия и виды деятельности, выполненных с теми, что были запланированы и отражены в стратегических планах, то при оценке делается вывод о результатах выполнения плана учитывая поставленные задачи или запланированный эффект [1, с.18].

В составе мониторинга ученые предлагают выделять три направления (его составляющие): мониторинг конечных показателей, мониторинг программ и мониторинг проектов и общественного мнения [4, с. 44]. На наш взгляд, уместнее говорить о двух направлениях мониторинга, а именно: административный мониторинг, объединяет такие две составляющие как мониторинг результативных показателей (мониторинг индикаторов, базовые и плановые значения которых содержатся в стратегических планах) и мониторинг реализации программ и проектов, которые выступают базовой единицей реализации стратегий, и второе направление – мониторинг общественного.

Учитывая приведенные теоретические наработки относительно системы мониторинга, следует констатировать, что мониторинг реализации стратегии развития отраслей на мезоуровне следует рассматривать как специально организованную и постоянно действующую систему сбора и анализа статистической информации относительно результатов реализации стратегических целей и задач на пути достижения стратегической цели развития отраслей на мезоуровне, для своевременного выявления проблем и отклонений от намеченных результатов и осуществления необходимых корректировок. Если мониторинг касается процесса выполнения

стратегического плана развития отрасли на мезоуровне, то оценивание обеспечивает просмотр эффективности процесса реализации стратегии развития отрасли и успешности ее результатов. При этом в зависимости от целевого назначения оценки ученые оперируют категориями: оценка воздействия, оценка результативности и оценки эффективности.

В наиболее общем виде оценки воздействия, на наш взгляд, можно представить следующим образом - это процесс исследования последствий стратегических планов развития отрасли на мезоуровне, когда такие последствия оказываются на этапах разработки, реализации (внедрения) и по завершении срока действия стратегии отрасли. Отталкиваясь от такого определения, целесообразно говорить о различных видах оценки, которые выделяют ученые, в зависимости от этого процесса в цикле стратегического планирования: предварительные оценки, осуществляется на этапе разработки стратегии отрасли; промежуточные оценки, осуществляется в процессе реализации стратегии и итоговое оценки, осуществляется по завершении реализации стратегии развития [2, с. 81-83; 4, с. 42]. На этапе предварительной оценки, разработчики пытаются найти ответ на вопрос: какой будет польза от внедрения стратегии развития отрасли?

Во время промежуточного и итогового оценивания целесообразно уже говорить как о оценки результативности, измеряемый по соотношению фактических показателей к плановым, так и об оценке эффективности, определяется соотношением эффекта к затратам. О необходимости внесения изменений в содержательные элементы стратегий развития отрасли и процесс ее реализации с целью достижения запланированных результатов экономического и социального развития на мезоуровне свидетельствуют результаты промежуточного оценивания. При этом такое решение должно приниматься, отталкиваясь от оценки достижения целей, так и поиска возможных альтернатив. Оценка достижения целей должна определить, было ли выполнено запланированное и как оно повлияло на развитие отрасли на

территории. Целью оценивания возможных альтернатив является поиск лучших путей достижения целей, которые были запланированы, или запланированных последствий, а именно: достижение таких же результатов, но с меньшими затратами; получения больших или лучших результатов с такими же затратами; достижения пропорционально больших или лучших результатов при больших расходах.

Выводы. Подытоживая проведенное исследование, можно сделать следующие выводы. Мониторинг и оценка реализации стратегии развития отраслей на мезоуровне следует рассматривать как различные сущностные инструменты проверки выполнения стратегических планов, следующих друг за другом. Исходным инструментом является мониторинг - как специально организованная и постоянно действующая система сбора и анализа статистической информации относительно результатов реализации стратегических целей и задач на пути достижения стратегической цели развития отраслей на мезоуровне, для своевременного выявления проблем и отклонений от намеченных результатов и осуществления необходимых корректировок. На основании показателей мониторинга проводится оценка результатов стратегического планирование - суждения об эффекте по социально-экономическому развитию отраслей на мезоуровне, который выявляется путем сравнения достигнутого результата с очерченными критериями. На этапе планирования социально-экономического развития отраслей на мезоуровне важно определить перечень показателей, по помощи которых будет осуществляться мониторинг и на этапе оценки будет определяться уровень прогресса по выполнению стратегических задач. Именно по этим индикаторам должно происходить оценки результативности и эффективности реализации стратегий развития отраслей на мезоуровне, на основании чего можно судить об эффективности деятельности органов местного самоуправления в направлении содействия достижению

стратегической цели развития отраслей административно-территориальных единиц на мезоуровне.

Список литературы

1. Маковкина С.А. Методические подходы к оценке городского стратегического планирования муниципалитета // Экономика и управление. - 2012.-№2 (3).[Электронный ресурс].-режим доступа: <http://municipal.uara.ru/ru-ru/issue/2012/02/04/> .
2. Маковкина С.А. Проблематика оценки стратегического планов социально- экономического развития российских городов // Вопросы управления. - 2009. -№3 (8). [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http: //vestnik.uara.ru/ru-ru / issue / 2009/03/13](http://vestnik.uara.ru/ru-ru / issue / 2009/03/13) .
3. Холостова Е.И. Учебное пособие. М. ИНФРА-М. 2001.С. 31
4. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.:ИНФРА-М, 2007. С. 396.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

КИРИЕНКО О.Э.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ПОЛУДНЕВА Е.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Развитие инфраструктуры является условием высокого уровня организации экономических отношений, фактором развития производства в условиях нестабильности и ускорением

интеграционных процессов, а, следовательно, обеспечивает экономический рост.

Содержание инфраструктуры определяется внутренним экономическим единством отраслей, которые ее формируют. Модернизация инфраструктуры положительно сказывается на темпах развития национального экономического пространства. В зависимости от функций, инфраструктурная экономика группируется в комплексы производственного, институционального, информационного, рыночного направлений. Производственная инфраструктура является определяющим фактором формирования отраслевой структуры производства и имеет большое значение для решения социально-экономических задач. Отдельные виды деятельности, которые формируют соответствующие составляющие производственной инфраструктуры, определяются приоритетами, которые складываются в обществе на определенном этапе их развития. Поэтому, можно утверждать, что инвестирование в производство и наращивание производственного потенциала будет успешным, так как поспособствует повышению уровня развития инфраструктурных отраслей.

Цель исследования – обобщить подходы к определению производственной инфраструктуры предприятия и обосновать необходимость ее инновационного развития в условиях нестабильности.

Изложение материалов основного исследования. Актуальность темы и цель исследования обусловили необходимость выделения и решения следующих задач: определить экономическую сущность категории «производственная инфраструктура» и ее составные элементы; предложить направления инвестирования в производственную инфраструктуру предприятий в условиях нестабильности. Исследование категории «производственная инфраструктура» следует начать с толкования значения категории «инфраструктура». Современные понимания данного понятия определяются как комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур,

формирующих и обеспечивающих основу для достижения цели хозяйствования предприятия. В научной литературе под категорией «инфраструктура» понимают материально-техническую базу, необходимую для функционирования самой специализированной (отраслевой) системы. То есть, следует воспринимать инфраструктуру как совокупность элементов материально-технической базы, способствующих осуществлению конкретного вида деятельности.

Ряд авторов, Лабенко О.М., Мартыненко Н.Н., Игнатьева И.А., Швиданенко Г. А., определяют производственную инфраструктуру предприятия как совокупность подразделений, которые непосредственно не участвуют в создании основной продукции, но способствуют работе основных цехов, создавая необходимые для этого условия [1;2;3]. Г.А. Швиданенко предлагает производственную инфраструктуру предприятия и ее функции разделить на три блока [3]:

I. Инфраструктура ресурсного обеспечения, целью которой является удовлетворение потребностей предприятия в необходимых интеллектуальных, материальных, финансовых, энергетических ресурсах.

II. Инфраструктура обслуживания производства, целью которой является предоставление услуг по удовлетворению производственных нужд предприятия во внутренних и внешних перевозках, контроле качества и информационной поддержке.

III. «Критическая инфраструктура» объединяет виды деятельности, которые обеспечивают специфические, характерные для определенной отрасли экономики условия функционирования, процессы основного производства и реализации продукции, а также подразделения этого предприятия и (или) самостоятельные предприятия, которые их осуществляют.

Обеспечение развития этих блоков производственной инфраструктуры объясняет необходимость инвестирования для создания предпосылок модернизации и повышения эффективности хозяйствования.

Для развития производственной инфраструктуры в условиях нестабильности необходимо: во-первых, разработка комплексных мер государственной поддержки по технико-технологическому переоснащению производства с учетом экологического компонента; во-вторых, формирование благоприятной среды для привлечения капитала в развитие производственной инфраструктуры; в-третьих, внедрение новейших организационно-правовых форм инфраструктурного обеспечения предприятий как одного из элементов обеспечения инновационного типа устойчивого развития.

Необходимость инвестирования в развитие производственной инфраструктуры предприятия можно объяснить тем, что усовершенствование производственных процессов увеличивает объемы и сложность ремонтных работ и настройки оборудования, а, следовательно, нуждается в расширении номенклатуры инструментов. Кроме того, переход к современным технологиям и интенсивность их применения требуют повышения требований к качеству энергии и увеличивает потребность в различных ее видах. Модернизация производственных процессов укрепляет внутрипроизводственные связи между подразделениями, увеличивает объем работ относительно транспортировки грузов. Как результат, постоянно возрастают нагрузки на коммуникационные сети и природоохранные сооружения. В общем, на результативность производственной инфраструктуры влияют следующие факторы: своевременность ремонтов, технического обслуживания и настройки основного оборудования; своевременность по объемам, номенклатуре и качеству материального и энергообеспечения; своевременность предоставления информации; своевременность предоставления транспортных услуг; опережающий характер развития коммуникационных сетей и природоохранных сооружений.

Таким образом, рост инвестиций в производственную инфраструктуру предприятия в условиях нестабильности должен быть обусловлен: внедрением инноваций и активного обновления основных средств; становлением энергосберегающих технологий и развертыванием процессов модернизации

производственной инфраструктуры; увеличением притока инвестиций, в условиях роста уровня качества услуг производственной инфраструктуры; увеличением в финансовом секторе долгосрочных ресурсов благодаря повышению уровня заинтересованности инвесторов в осуществлении реальных инвестиций в инновационное обновление производственной инфраструктуры.

Выводы. Обобщая, можно отметить, что развитие производственной инфраструктуры предприятия в условиях нестабильности требует разработки эффективного организационно-экономического механизма содействия инвестированию в модернизацию основных средств и внедрением энерго- и природосберегающих технологий.

Список литературы

1. Лабенко А.Н. Инвестирование и финансирование: соотношение экономических понятий / А.Н. Лабенко // Экономика, финансы, право. – 2016. – №7. – С. 10-12.
2. Мартыненко Н.Н. Стратегический менеджмент: учебник / Н.Н. Мартыненко, И.А. Игнатьева. – Москва : Каравелла, 2016. – 320с.
3. Швиданенко Г. А. Экономика предприятия: Задачи. Ситуация. Решения: учеб. пособ. / Г. А. Швиданенко, С. Ф. Покропивный, А. С. Федонин / под ред. С.Ф. Покропивного. – Киев : ЗнанняПресс, 2011. – 343 с.

ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

КИРИЕНКО О.Э.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Инфраструктура является важной составляющей региональной экономики, в связи с чем процессы ее

формирования, развития и совершенствования должны находиться под пристальным вниманием государственных (местных) органов власти. «Чем лучше развита инфраструктура, тем более адаптированной к изменениям будет вся экономика региона, тем на более крепком фундаменте строится его социально-экономическое функционирование и благосостояние» [1].

В условиях рыночной экономики одинаково значимыми являются производственная, социальная и рыночная инфраструктура. В ДНР в результате военных действий разрушена часть объектов инфраструктуры, а коммерческие банки, страховые, лизинговые компании, биржи и другие институты финансового рынка вовсе прекратили свою деятельность. Тем самым обострилась проблема инфраструктурного обеспечения субъектов хозяйствования, предприниматели лишились возможности получения заемных средств в виде банковского кредита, страховой защиты имущественных интересов и др. В связи с этим весьма важным является восстановление и развитие всех отраслей инфраструктуры, для чего необходимо разработать программу их развития.

Целью исследования является определение комплекса инструментов государственного регулирования, с использованием которого может быть реализована программа развития инфраструктуры в ДНР.

Изложение материалов основного исследования. Сбалансированность в развитии экономики подразумевает согласованность в осуществлении всех происходящих в ней процессов, равномерное, гармоничное развитие всех образующих ее элементов. В свою очередь, сбалансированное развитие инфраструктуры региона определяется потребностями экономики региона, характеризуется территориальной согласованностью, обеспечивает равные возможности для всех субъектов хозяйствования.

Влияние государства на инфраструктурные отрасли выражается в «корректировке их деятельности с целью обеспечения эффективности участия рыночных институтов в достижении пропорциональности и

сбалансированности воспроизводства» [2]. Степень вмешательства государства в функционирование институтов рыночной инфраструктуры зависит от уровня экономического и социального развития государства и изменяется под воздействием множества разных факторов.

Государственное регулирование развития рыночной инфраструктуры предполагает использование набора инструментов, который в экономически развитых странах включает бюджетную, кредитно-денежную, фискальную, социальную и инвестиционную политику.

В качестве инструментов регулирования кредитного рынка используются: ставка рефинансирования, норма обязательных резервов, операции на открытом рынке. Задача ускоренного развития отдельных отраслей инфраструктуры решается посредством прямого государственного финансирования, субсидий, льготного кредитования или посредством реализации принципов государственно-частного партнерства.

В Донецкой Народной Республике возможность использования финансовых инструментов ограничена отсутствием рынка ценных бумаг, кредитного рынка. В таких условиях особо значимые для региона инфраструктурные отрасли могли бы получать финансовую помощь в виде кредитов Центрального Республиканского Банка, инвестиций за счет Республиканского бюджета.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов и повышенных рисков актуальным является реализация механизма государственно-частного партнерства, позволяющего перераспределять риски между субъектами хозяйствования и государственными структурами.

Из инструментов фискальной политики своевременны налоговые льготы или полное освобождение от налогов для предприятий и отраслей приоритетного развития.

Использование финансовых инструментов регулирования направлено на стимулирование совершенствования инфраструктуры и, как следствие, на рост инвестиций в основной капитал и инновационное развитие региона.

В качестве экономических инструментов государственного регулирования развития инфраструктуры следует рассматривать регулирование цен через госзакупки, формирование особой таможенно-тарифной политики, стимулирование в области трудовых отношений, индикативные нормативы.

Организационно-регулирующие инструменты включают правовые нормы, лицензирование, регистрацию, сертификацию, антимонопольные запреты и др. Для сбалансированного развития инфраструктуры должны быть созданы институциональные условия, обеспечивающие оптимальные темпы и направления ее развития с учетом современного состояния воспроизводственных процессов.

Выводы. Управление развитием рыночной инфраструктуры может осуществляться с помощью разнообразного спектра инструментов и методов, посредством которых местная администрация стремится стимулировать развитие экономики региона, создать новые рабочие места, увеличить налоговую базу, расширить возможности для определенных видов экономической активности, в которых заинтересовано местное сообщество.

Список литературы

1. Овешникова Л. В. О стратегических приоритетах развития инфраструктуры региональной экономики / Л. В. Овешникова // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – № 1. – 2015. – С. 174 – 180.
2. Морозова И. А. Государственное регулирование рыночной инфраструктуры / И.А. Морозова // Вестник Волгоградского государственного университета. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-rynochnoy-infrastruktury>

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ТРАНСПОРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

КЛИМОВА П.А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

БУЦКАЯ А.Ю.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Своевременно проводимые изменения в системе управления, структуре, производстве, капитале призваны облегчить адаптацию транспортных организаций к условиям динамичной, сложной и неопределенной внешней среды. Для достижения поставленных целей важным является не только создание эффективных программ изменений, но и исследование отраслевой специфики, определяющей особенности управления ими.

Целью исследования является выявление особенностей управления изменениями в транспортных организациях.

Изложение материалов основного исследования. Изменения внутри организации, как правило, являются реакцией на изменения во внешней среде [1]. Предприятия частной формы собственности являются представителями малого и среднего бизнеса, следовательно, быстрее адаптируются к сложившейся сложной социально-экономической ситуации. Однако крупнейшие транспортные организации Донецкой Народной Республики находятся в государственной или муниципальной собственности и в большинстве случаев имеют устаревшую систему управления, не адаптированную к современным условиям хозяйствования. Множество

факторов внутренней и внешней среды (неэффективная тарифная политика, отсутствие должного возмещения стоимости проезда пассажиров льготных категорий, сложности с привлечением инвестиций и др.) обуславливают их тяжелое финансовое положение. Жизнедеятельность таких организаций искусственно продлевается за счет средств, выделяемых в виде дотаций.

Согласно теории жизненных циклов И. Адизеса [2], подобные организации соответствуют этапу раннего или позднего бюрократизма, о чем свидетельствуют чрезмерное количество процедур, правил, положений, инструкций, уже утративших свою практическую ценность для достижения целей, а также директивность управления, отсутствие инновационности в решениях.

Поэтому вопрос проведения хозяйственного реинжиниринга, затрагивающего все бизнес-процессы в транспортных организациях, является особенно актуальным. Требуются коренные преобразования по всей цепочке создания себестоимости, а также фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность [3]. Применение именно революционной модели изменений обусловлено кризисным состоянием большинства транспортных организаций Республики. Так, например, на Коммунальном предприятии администрации г. Донецка «Донэлектроавтотранс» в 2018 году 58,5% совокупных расходов компенсировалось дотациями. Финансовая зависимость ставит под угрозу функционирование предприятия и исполнение им социально значимых функций в жизнеобеспечении местного населения. Являясь элементом реализации государственной социальной политики (существует 22 категории граждан, которым предоставлена льгота на бесплатный проезд), предприятие оказалось в затруднительной ситуации, когда повышение доходной части финансового результата оказалось невозможным. Также наблюдается

замедленное обновление основных фондов и несоответствие их технического состояния современным стандартам. В 2018 году износ основных средств предприятия составил 60,5 %. Эксплуатация подвижного состава с таким значительным износом значительно увеличивает долю денежных средств, направляемых на поддержание парка в удовлетворительном техническом состоянии.

В связи с этим целесообразным является поиск внутренних резервов повышения эффективности. С этой целью должна быть выстроена система мониторинга внутренней среды с использованием современных информационных технологий. Информация должна рассматриваться как важнейший ресурс для достижения стратегических целей, а информационные технологии – как средство ее наиболее эффективного сбора, обработки, хранения и передачи.

Как правило, в транспортных организациях Донецкой Народной Республики информационная система отсутствует или является неэффективной. Информационная база для принятия управленческих решений в транспортных организациях на сегодняшний момент не в полной мере соответствует требованиям современного управления. Отсталость управленческих и информационных структур и подразделений является существенной проблемой для транспортных организаций в нынешней экономической ситуации. Требуется преобразование, которые должны обеспечить: делегирование функций текущего менеджмента при закреплении за руководителями верхнего уровня функций преимущественно стратегического менеджмента; ориентацию управленческой деятельности на обеспечение удовлетворительных финансовых результатов и финансового состояния; смещение акцента с заключительного контроля на предварительный и оперативный; создание условий для участия работников в деятельности по развитию предприятия.

Управление изменениями в транспортных организациях связано не только

с внедрением новых технологий, но и с применением экономических, административных, информационно-аналитических и социально-психологических методов управления. Для того чтобы обеспечить успешное развитие организации, необходимы стратегическая программа развития, постоянное прогнозирование потребительского рынка, оперативные и рациональные управленческие решения.

Еще одним фактором является некомпетентность высшего руководства транспортных организаций в вопросах управления изменениями. В ряде случаев существует необходимость привлечения внешних консультантов.

Необходимо отметить, что организационные изменения имеют различные уровни риска, где, в частности, реинжиниринг бизнес-процессов характеризуется высоким показателем. Однако, реинжиниринг бизнес-процессов, в практическом аспекте, является наиболее эффективным и динамично развивающимся направлением организационных изменений.

Выводы. Таким образом, при разработке программ организационных изменений в транспортных организациях следует учитывать ряд финансово-экономических, организационных и технических факторов, определяющих отраслевую специфику.

Список литературы

1. Управление изменениями: учеб. пособие / В.В. Дорофиев, Р.В. Ободец, О.А. Удалых, С.В. Захаров, В.В. Кирдеев. – Новочеркасск: Лик, 2019. – 364 с.
2. Адизес, И. К. Управление жизненным циклом корпорации / И. К. Адизес. – СПб.: Питер, 2009. – 383 с.
3. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М.: «Издательство Манн, Иванов и Фербер», 2011. – 288 с.

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

АППИАХ В.,

магистрант,

ПЕРЕТЯТЬКО Е.И.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка задачи в общем виде. «Управление персоналом», формируется из множества наук: теории и организации управления, психологии, социологии, конфликтологии, этики, экономики труда, трудового права, политологии и других.

Теория управления персоналом развивалась вместе со школами, которые повлияли на ее название. Место человека на предприятии (организации) поменялось, развитие шло с учетом промышленной революции, так же развивалась теория управления персоналом.

Цели исследования. Исследовать теоретические и практические подходы управления персоналом.

Изложение материала основного исследования. На сегодняшний день существует три группы теорий управления персоналом (табл. 1).

Таблица 1

Теории управления роли человека в организации [1, 2]

№ п/п	Наименование теорий	Представители	Постулаты	Задачи руководителей	Ожидаемые результаты
1	2	3	4	5	6
1	Классические теории	Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Эмерсон, Л. Урвик, М. Вебер, Г. Форд, А.К. Гастев, П. Керженцев и др.	Многих не удовлетворяет труд. Занятие человека является незначительным по сравнению с его заработной платой. Не так много творческих и инициативных людей.	Задача руководителя-облегчить и упростить труд работников, а также необходимо контролировать все действия сотрудников(подчиненных)	Если заработная плата устраивает человека, он готов трудиться и выполнять все необходимые задачи. Контроль помогает ускорить процесс выполнения задания и предполагает его качество.
2	Теории человеческих отношений	Э. Мэйо, К. Арджерис, Р. Лик	Сотрудники хотят быть вовлечены в процесс производства, приносить хороший результат и быть личностями. В данном случае зарплата не является ключевым фактором, персонал интересуют личные достижения	Руководящему звену необходимо мотивировать и стимулировать персонал. Самостоятельность персонала дает возможность развивать навык-самостоятельный контроль.	Самостоятельность работников дает им возможность принимать самостоятельные решения (в положительную сторону) и не противодействовать официальным властям
3	Теории человеческих ресурсов	А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор и др.	Многие люди получают удовлетворение от работы (труд для них ключевой стимул). Происходит принятие участия в создании новых идей и совершенствованию имеющихся, многие стремятся воплотить свои цели	Руководящий специалист должен организовать каждому из сотрудников индивидуальные (комфортные) условия труда.	Повысится эффективность производства, так как подчиненные наиболее полно используют свои возможности.

Экономический подход к управлению положил начало задуманной системы изучающей науки управления. В пределах данной концепции техническая (в общем курьезном инциденте инструментальная, т. е. направленная на овладение трудовыми приемами), а не управленческая подготовка настоящих человеческих особей на производственном объединении занимает задающее характер место. Организация в этом месте представляется в облике набора механических взаимоотношений, а значит, и функционально действовать она обязана подобно схожести механическому устройству: алгоритмизировано, эффективно.

Для детального исследования концепции управления персоналом составим таблицу 2 [3,4].

Таблица 2

Современные подходы к управлению персоналом

Подход	Концепция управления персоналом	Основные задачи управления персоналом
Экономический	Использование человеческих ресурсов	Отбор способных работников, стимулирование, нормирование труда.
Органический	Управление персоналом	Создание новых программ, которые направлены на различные потребности. Изучение специфической деятельности.
Гуманистический	Управление человеком	Адаптация, улучшение культурных ценностей предприятия, символизация как культурная ценность

Управление персоналом происходит в ходе выполнения определенных операций и подразумевает следующие основные этапы и функции [4,5]:

- 1.Присвоение целей и направление работы с сотрудниками организации.
 - 2.Непрерывное модернизирование системы управления персоналом.
 - 3.Формирование средств, форм и методов по достижению поставленных задач.
 - 4.Координирование и надзор выполнения намеченных мероприятий.
- Принципы, цели и способы управления персоналом формируют общую

концепцию управления персоналом (СУП), которая содержит следующие подсистемы:

1. Система анализа, планирования и моделирования персонала.
2. Система выбора, расстановки, оценки и постоянного обучения персонала.
3. Система разумного применения человеческих ресурсов на предприятии.

Более детально представлены понятия менеджмента персонала в табл. 3 [2,5].

Таблица 3

Определение понятий в управлении персоналом

Понятие	Содержание
1	2
Кадровая политика	Концепции и цели на которые ориентированы поставленные события по работе с кадрами
Персонал	Сотрудники организации: руководитель, специалисты, рабочие, младший обслуживающий персонал
Приобретение персонала	Поиск необходимых сотрудников, их выбор из многочисленно числа кандидатов, и подготовка, а после выход в качестве нового сотрудника.
Планирование персонала	Закрепление мероприятий, которые необходимо применить в основных моментах работы с персоналом.
Назначение персонала	1. Процесс подготовки рабочего места, организация рабочего времени и труда. 2. Освоение собственного рабочего места и окружающих коллег.
Развитие персонала	Улучшение знаний и навыков персонала, совершенствование управления конкретной деятельности, и помощь в повышении деловой активности.
Высвобождение персонала	Сокращение персонала
Оценка персонала	Методы, с помощью которых можно определить вклад сотрудника в организацию.

Выводы. В настоящее время основная задача управления персонала это эффективное обучение персонала и своевременное, а также повышение трудовой мотивации для улучшения деятельности не только работника, но и компании, соответственно повышение квалификации, стимулирование к выполнению работы более высокого уровня.

Управлению персоналом необходимо приобрести на основе комплексного решения проблем – системность и завершенность, а также совершенствования существующих и внедрения новых форм управления

персоналом, в процессе перехода к рыночной экономике. Современные технологии и их развитие влияют на развитие и процесс управления человеческими ресурсами. С помощью интернета изменились методы управления, обучения, планирования и т.д. В пределах концепции управления персоналом, электронно-информативные системы управления персоналом (eHRM) гарантируют заинтересованность сторон, которые имеющих доступ к информации о сотрудниках и к особенным функциям управления через Интернет.

В области управления были изучены эффективности различных приложений, большое количество исследований проходило, несмотря на то, что концепция об электронно-информационных системах управления персоналом находится на первоначальном этапе своего создания

Список литературы

1. Арзуманян А. Э. Конкуренция на рынках интеллектуальных продуктов с позиции антимонопольного регулирования: конструктивный анализ /А. Э. Арзуманян/ Современ. экономика : проблемы и решения. – 2013. - № 1 (37).
2. Арутюнов, В. В. Управление персоналом: учеб. пособие /В. В. Арутюнов, И. В. Волынский. – Ростов-на-Дону, 2009. – 448с.
3. Боронова, Г. Х. Психология труда. Конспект лекций/Г. Х. Боронова, Н. В. Прусова. – М.: Эксмо, 2008. – 160 с.
4. Бунеева. Организация и Управление Коммерческой Деятельностью Предприятий в Розничной Торговле / Бунеева. - Москва: Машиностроение, 2014. - 108 с.
5. Васильков Ю. В. Статистические методы в управлении предприятием: доступно всем. / Ю. В. Васильков, Иняц Н.– М.: РИА «Стандарты и качество», 2008. – 280 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра менеджмента непродуцвенной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР;

ГАЛЕНOK К.С.,

магистрант,

БАРАННИКОВ А.Б.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. С позиции современной теории управления практически любые процессы или явления, происходящие в государстве, обществе, экономике в целом или отдельной организации осуществляются под влиянием функционирования определенного вида механизма. Необходимо отметить, что в экономических исследованиях употребляются такие категории как «механизм управления», «хозяйственный механизм», «организационно-экономический механизм» и другие, чем обусловлено наличие множества определений и трактовок сущности самого механизма.

Цели исследования. Исследовать сущность понятия механизм управления.

Изложение материалов основного исследования. Понятие «механизм» имеет греческое происхождение и означает «машина». Этот смысл уточняется в следующих определениях понятия механизма:

- внутренняя структура машины, устройства, приспособления, приводящая их в работу;
- система, определяющая порядок действия любого вида работы;
- совокупность определенных процессов, из которых формируется какое-либо физическое, химическое, физиологическое, психическое или любое другой явление.

В настоящее время термин «механизм» из технической области был перенесен и в сферы менеджмента и экономики.

Как отмечает Чаленко А.Ю., экономическая теория на сегодняшний день не дает точного определения понятия «экономический механизм» и в связи с этим неопределенность в понимании механизма управления увеличивается [11, с. 47-50].

Для выявления различий, вкладываемых в содержание этого понятия различными авторами, рассмотрим таблицу.

По данным таблицы можно выделить такие направления мнений на содержание понятия «механизма управления»:

- совокупность методов и средств воздействия субъекта управления на объект управления для достижения поставленных целей;
- строение системы управления (совокупность взаимосвязей между ее компонентами);
- способ функционирования и развития системы управления;
- совокупность социально-экономических состояний (их последовательного изменения) системы управления.

Таблица

Термин «механизм управления» разных ученых

№ п/п	Год	Определение «механизм управления»	Автор
1.	2009	Совокупность средств воздействия, используемых в управлении, или, точнее, комплекс рычагов, используемых в управлении	Дж.К. Лафта [2]
2.	2009	Сложная совокупность инструментов и процессов прямого и косвенного воздействия (координация, стимулирование, регулирование) на социальные и рыночные условия жизнедеятельности регионального сообщества, обеспечивающих повышение эффективности региональной экономики, рост качества жизни населения	Р.Г. Маннапов, Л.Г. Ахтариева [3, с. 47-56]
3.	2009	Это механизм взаимосвязи и взаимодействия организационной структуры управления и организации процессов принятия решений с методами, приемами и правилами хозяйствования, направленный на его наиболее эффективное функционирование и развитие в целом	Д.Г. Симкин [4, с. 88-92]
4.	2010	Наиболее активный элемент системы управления, обеспечивающий воздействие на факторы, от состояния которых зависит результат деятельности управляемого объекта	Е. Вершигора [5]
5.	2010	Совокупность методов и средств воздействия на управляемый объект	О.А Зайцева [6]
6.	2011	Одновременно и способ управления, и движущая сила, посредством которой субъект управления осуществляет непосредственное воздействие на объект управления	Н.А. Косовских, Ю.В. Трифонов [7, 183-185]
7.	2011	Совокупность организационных и экономических компонентов, обеспечивающих согласованное, взаимосвязанное и взаимодействующее функционирование всех элементов системы для достижения целей организации	В.М. Мишин [8]

На основе обобщения вышеприведенных определений, под механизмом управления необходимо понимать как совокупность способов и средств, с помощью которых структуры управления воздействуют на деятельность субъектов с целью выполнения поставленных задач и достижения стратегических целей. Известно, что управление невозможно осуществлять без передачи информации. Управленческое решение представляет собой информацию о том, что надо сделать и каким образом. Однако информация не будет причиной слаженной работы персонала, если решение и информация не будут соответствовать интересам каждого сотрудника.

Для управления, помимо целей, функций, системы управления и управленческих решений, необходимо, чтобы у сотрудников существовали определенные стимулы их деятельности, их учет при принятии решений. В этом случае причины (мотивы) работы и выступают как средства воздействия, являются тем рычагом, который позволяет направлять их к действию. Совокупность всех мотивов деятельности человека, на которую опирается руководитель, представляет собой механизм управления [Error! Reference source not found., с. 53-55].

Можно определить понятие механизма управления как совокупность средств воздействия, используемых в управлении, или комплекс рычагов, используемых в управлении. В понятие «механизм управления» следует включить такие качества человека как интересы, ценности, социально-психологические установки, опасения, личные цели, чувство долга. Все это может быть использовано и реально используется в качестве средств воздействия. Вопрос о структуре механизма управления на сегодняшний день остается открытым. Однако многие ученые приходят к такому мнению, что структуру и процесс функционирования можно представить таким образом (рисунок).



Рис. Структура и процесс функционирования механизма управления

Существуют так же и другие виды управления, которые необходимо учитывать и разрабатывать механизмы для их усовершенствования с целью развития региона.

Рассмотрев разные трактовки определения, следует сделать вывод, что механизм управления включает в себя такие структурные элементы:

- цель управления;
- субъекты управления;
- элементы объекта управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленной цели;
- методы воздействия на элементы объекта управления и их связи (способы и средства достижения поставленной цели);
- ресурсы управления, при использовании которых обеспечивается достижение поставленных целей.

Таким образом, в управлении, помимо системы и процесса управления, существует понятие механизма управления, которое отражает очень важные, реально существующие явления, признаки и факторы управления.

Процесс управления и механизм управления должны соответствовать друг другу. Процесс управления не может быть выполнен любым механизмом управления, и механизм управления не может реализовать любой процесс управления.

В практической деятельности это представляет собой единую и неразрывную деятельность – менеджмент. Механизм управления осуществляется только объективно существующими процессами (направленность на определенные объекты). В работе изучается механизм управления социально-экономическим развитием региона и его основные элементы. Основой регионального управления является теория воспроизводства, которая раскрывает предметное содержание региональных

социально-экономических процессов. Воспроизводственный подход в региональном управлении получил развитие во многих работах ученых.

Исследование региональных воспроизводственных процессов позволило выделить и рассматривать эти процессы на отраслевом и региональном уровнях, а также на уровне предприятия. Н.П. Федоренко пишет, что регион как хозяйственная система является более сложным образованием, чем отрасль. Если отрасль - совокупность предприятий и производств, однотипных в каком-либо отношении, то регион – это совокупность разнообразных отраслей хозяйства рассматриваемой территории, которые охватывают производство, распределение, обмен и потребление материальных благ и услуг [9].

Выводы. Таким образом, в рамках региона осуществляется весь процесс воспроизводства совокупного общественного продукта. Закономерности и параметры этого процесса определяют все пропорции и взаимосвязи экономического развития региона, в результате чего воспроизводятся как производительные силы, так и производственные отношения. Изменения производительных сил и производственных отношений требует адекватного изменения механизма управления региональным развитием.

Список литературы

1. Королева И. Б. Понятие и структура механизма управления [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 47-50.
2. Лафта Дж. К. Менеджмент: учеб. пособие. - М.: ТК Велби. - 2009. - 592 с.
3. Маннапов Р.Г., Ахтариева Л.Г. Современные закономерности и механизм регионального управления / Р.Г. Маннапов, Л.Г. Ахтариева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 47-56.

4. Симкин Д.Г. Особенности развития организационно-экономического механизма управления регионом / Д.Г. Симкин // Вестник ОГУ. – 2009. – № 8. – С. 88-92.
5. Вершигора Е. Менеджмент / учеб. пособие. – М., 2010. – 369 с.
6. Зайцева О.А. Основы менеджмента: Учебное пособие для вузов. - М.: Центр. - 2010. - 430 с.
7. Громоmozдова Л. В. Выявление тенденций развития территорий // Сборник научных работ. – 2010. - № 2. – С. 60-64.
8. Гуцуляк Г. Д. Экологические проблемы и пути их решения молодежной политикой// Социально-экономические исследования в переходный период. - Л.: НАН Украины, 2010. - С. 50-55.
9. Федоренко Н. П. Проблемы оптимального функционирования региона. – М.: Экономика, 2010. – 368 с.

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

КОЗЛОВ В.С.,
канд. экон. наук, доцент,
КОЛОМОЕЦ В.Р.,
магистрант,
кафедра менеджмента непродуцтвенной сферы
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР;
КУЩ И.Ю.,
магистрант,
кафедра экономики и менеджмента
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,
г. Донецк, ДНР

Постановка задачи в общем виде. Железнодорожные перевозки традиционно занимают важное место в хозяйственном обороте многих компаний, в том числе сырьевых, обрабатывающих производство, торговой сферы и т. п. Управление железнодорожными перевозками направлено на повышение качества оказываемых услуг, в том числе по срокам грузоперевозок, хранению грузов, обеспечению их сохранности. Реформирование управления железнодорожными перевозками проводится практически на постоянной основе, что обусловлено низким уровнем технологического развития данной отрасли, отставания в уровне информатизации и автоматизации процессов и т. д.

Цели исследования. Проанализировать исторические этапы повышения эффективности управления и деятельности предприятия железнодорожной отрасли.

Изложение материала основного исследования. Главной целью совершенствования системы управления железными дорогами является стабилизация их экономического положения, что позволит повысить эффективность работы дорог и их конкурентоспособность на внутреннем и международном рынках транспортных услуг.

В целях регулирования деятельности железнодорожного транспорта в новых экономических условиях в августе 1995 г. в Российской Федерации был принят Закон «О федеральном железнодорожном транспорте» [1], где были определены экономические, правовые и организационные основы деятельности федерального железнодорожного транспорта России.

В связи с реструктуризацией отрасли в 2001–2003 гг. закон был основательно переработан и принят Государственной Думой в новой редакции как Федеральный закон «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» [2] в целом, включая железные дороги общего пользования различных форм собственности. Закон вступил в силу 19 мая 2003 г.

Магистральная сеть железных дорог общего пользования рассматривается как основа транспортной системы РФ, что определяет особые условия развития и функционирования железнодорожного транспорта. Этим законом определены экономические, правовые и организационные основы деятельности железных дорог, регламентированы их взаимоотношения с государственными органами управления и клиентурой.

Введены и четкие положения по вопросу собственности. Имущество предприятий, учреждений и объектов железнодорожного транспорта «может находиться в государственной, муниципальной, частной и иных формах собственности в соответствии с законодательством Российской Федерации» (п. 6 статьи 1 Закона).

Не менее важное значение имеют сформулированные в Законе требования к владельцам инфраструктур, перевозчикам, организациям и индивидуальным предпринимателям, выполняющим вспомогательные работы (статьи 11, 12 и 13). Определены основы осуществления перевозок пассажиров, грузов, багажа и грузобагажа (статья 14), а также организации управления перевозочным процессом (статья 18). Управление движением поездов осуществляется на основании сводного графика, которым взаимоувязываются графики движения поездов на смежных участках различных владельцев инфраструктур.

На состоявшемся в мае 1996 г. Всероссийском съезде железнодорожников были определены основные направления развития системы управления железнодорожным транспортом страны. Намеченные мероприятия должны обеспечить достаточный уровень рентабельности перевозок, полное удовлетворение платежеспособного спроса на перевозки грузов и пассажиров при постоянном повышении качества обслуживания и безопасности движения, техническое перевооружение и модернизацию линий как залог их эффективной работы в будущем на основе выработки механизма гибкого реагирования дорог на рыночные преобразования. При этом подчеркивалось, что выбранный отраслью курс на сохранение целостности железнодорожной сети является

непреложным условием финансового благополучия каждой дороги и отрасли в целом. Общесетевые требования в ходе реформирования должны получить продолжение на конкретных дорогах с учетом их специфики [3, 4].

Главной целью совершенствования системы управления железными дорогами является стабилизация их экономического положения, что позволит повысить эффективность работы дорог и их конкурентоспособность на внутреннем и международном рынках транспортных услуг.

Для достижения этой главной цели необходимо решить ряд задач, основными из которых являются:

- реорганизация производственных и организационно-управленческих структур и приведение их в соответствие с требованиями государства, общества и бизнеса, повышения качества перевозок и снижения их себестоимости;

- создание условий для применения высокоэффективных современных транспортных технологий и технических средств, логистических, транспортнораспределительных и терминальных систем;

- переход к механизму рыночного саморазвития дорог при целевой государственной поддержке социально важных услуг железнодорожного транспорта, в первую очередь в интересах малообеспеченных слоев населения, к реализации комплексных федеральных, региональных и местных целевых программ;

- расширение и укрепление взаимодействия дорог с администрацией регионов, прежде всего, в области пригородных и местных пассажирских перевозок, развития их материально-технической базы;

- создание благоприятных условий для устойчивого транспортного взаимодействия с дорогами стран СНГ в межгосударственном сообщении и для эффективной работы на международном рынке транспортных услуг.

Выводы. Одновременно в масштабах каждой дороги должны быть выработаны новые принципы внутридорожных отношений и организации

финансов, а также подходы, позволяющие избежать двойного налогообложения, максимально концентрировать средства на дорожном уровне, перейти на консолидированную систему учета и отчетности между дорогой и линейными подразделениями.

Система управления должна стимулировать:

- развитие услуг и эффективных видов коммерческой деятельности, в том числе нетрадиционных для отрасли;
- создание негосударственных страховых, пенсионных и других коммерческих фондов;
- расширение и консолидацию банковской и страховой систем, обслуживающих предприятия железнодорожного транспорта;
- создание на дорогах собственных автотранспортных компаний по перевозке грузов и пассажиров, если это оказывается экономически выгодным;
- расширение форм и методов сервисного обслуживания пассажиров на вокзалах и в поездах, включая предоставление автостоянок, возможностей проката автомобилей, услуг междугородной и международной связи, развитие сети гостиниц, торговых центров, внутреннего и международного туризма.

В условиях нового подхода к имущественным отношениям эти мероприятия позволят получить дополнительные финансовые ресурсы на развитие и техническое перевооружение железных дорог.

Список литературы

1. Федеральный закон от 25 августа 1995 г. N 153-ФЗ "О федеральном железнодорожном транспорте"
2. Федеральный закон "О железнодорожном транспорте в Российской Федерации" от 10.01.2003 N 17-ФЗ.
3. Федорович В. О. Межрегиональная интеграция грузовых компаний-операторов: новые методы управления приватным вагонным парком // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 10 (433). С. 115–127.

4. Ходоскина О. А., Ивуть Р. Б. Организационно-методические подходы к процессу управления расходами на железнодорожные пассажирские перевозки //Новости науки и технологий. 2017. № 2 (41). С.43–50.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР;

НЕЧИТАЙЛО Р.А.,

магистрант,

ХАРОЛЬСКИЙ Д.С.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде: на современном этапе развития политической и экономической жизни региона предприятия транспортной отрасли испытывают некоторый "голод", нехватку стратегических планов восстановления прежней жизнеспособности и выхода из сложившегося кризиса.

Цель исследования: Анализ деятельности государственного предприятия железнодорожной отрасли в современных условиях.

Изложение материалов основного исследования: прежде чем проанализировать современное состояние железной дороги, необходимо

сказать, что транспорт в целом - это развитая сеть авто-, железных дорог, воздушных, морских и речных путей.

Железная дорога в нашем регионе выполняет роль важного связующего звена предприятий промышленности других отраслей. Являясь конкурентом на рынке оказания услуг по перевозкам: пассажиров - автотранспорту, грузов - морскому и речному, железная дорога выигрывает в комфортабельности и социальной доступности (пассажирские и пригородные перевозки), скорости доставки и гарантий сохранности грузов (авто и морские перевозки).

На сегодняшний день списочная численность работников Государственного предприятия «Донецкая железная дорога» составляет порядка 13 тысяч человек, в структуре предприятия находятся 57 железнодорожных станций, 49 структурных подразделений, общая развернутая длина главных путей по территории Донецкой Народной Республики (далее ДНР) – свыше 2 тысяч километров [2].

Силами предприятия ведется постоянная и планомерная работа по поддержанию и продлению срока службы имеющегося подвижного состава, восстановлению инфраструктуры, увеличению ее пропускной способности [2].

Однако, имея развитую и доступную для широкого потребителя инфраструктуру, низкую стоимость перевозок при широкой номенклатуре грузов, являясь монополистом в данной сфере с возможностью круглогодичного оказания услуг на рынке перевозок, масштабность по географическому охвату в регионе, имея защищенные технологии, а также разнообразный подвижной состав (род вагона): полувагоны (самый востребованный) - 88%, крытые - 3%, платформы - 1,5-2 %, цистерны - 2%, прочие (специализированный) - 3-5%,

Этот потенциал позволяет осуществлять оказание услуг по перевозке специализированных, опасных, негабаритных грузов, железная дорога находится в кризисном состоянии нехватки материальных ресурсов для обновления подвижного состава, технологического оборудования.

Проанализировав состояние подвижного состава (парк грузовых вагонов) по годам постройки, учитывая нормативный срок службы 22 года, представим в % (новых к общему парку) отношении изменение парка грузовых вагонов за последние 10 лет:

2009 год - 22%

2010 год - 21-22%

2011 год - 27% (за счет приобретения новых грузовых вагонов)

2010 год - 35% (за счет приобретения новых грузовых вагонов)

2011-2014 года - 33-35%

2015-2016 года - 28-31%

2017 год - 21%

2018 год - 18%

2019 год - 14-16 %.

В 2016 году на Государственном предприятии «Донецкая железная дорога» восстановлено более 1 600 объектов железнодорожной инфраструктуры, пострадавшей в результате боевых действий [4].

За 2018 год выполнен: деповской ремонт 774 грузовых вагонов; капитальный ремонт порядка 7 км верхнего строения пути; текущий ремонт 453 единиц тягового подвижного состава; восстановлено более 80 км контактной подвески [1].

Для выполнения перевозок в сентябре 2018 года предприятию во временное пользование передано 18,5 тысячи грузовых вагонов, ранее принадлежавших собственникам государства Украина, в 2017 году количество грузовых вагонов составляло 691.

В 2019 году Министерство транспорта запланировало сосредоточить усилия на дальнейшем развитии всех направлений транспортной отрасли Республики. В железнодорожном транспорте рассчитываем завершить восстановление разрушенных объектов инфраструктуры, увеличить объемы грузовых и пассажирских перевозок, планируем проведение модернизации

путевого хозяйства и электрификации участков ГП «Донецкая железная дорога». На сегодняшний день сформировано 16 кольцевых маршрутов по 50 вагонов, которые будут задействованы для обеспечения перевозок в РФ [1].

Даже с учетом использования способности обслуживать дополнительные группы потребителей, расширения ассортимента предоставляемых услуг, способности к быстрому дополнительному предоставлению подвижного состава при росте спроса на рынке ГП «Донецкая железная дорога» не может самостоятельно, без поддержки правительства ДНР преодолеть сложившееся тяжелое финансовое положение.

В соответствии со статьей 19, пункт 1 Закона «О железнодорожном транспорте» [2] – «Приобретение, проектирование, строительство, реконструкция, модернизация и содержание стратегических объектов инфраструктуры и железнодорожного подвижного состава осуществляется в порядке, определенном законодательством, за счет бюджетных средств, выделенных на эти цели, собственных средств оператора инфраструктуры, средств частных инвесторов, а так же за счет любых других источников финансирования, не запрещенных законодательством Донецкой Народной Республики».

То есть можно привлечь инвестиции государства в содержание инфраструктуры и подвижного состава, тем самым уменьшить финансовую нагрузку ГП «Донецкая железная дорога».

Так же возможно привлечение частных инвестиций в приобретение и восстановление подвижного состава, но как показывает мировая практика, срок окупаемости вагона составляет 10 – 18 лет и требует многомиллионных вложений, что не привлекательно для частного бизнеса.

Еще одним моментом уменьшение финансовой нагрузки является отмена пригородных поездов, так как в соответствии со статьей 9, пунктов 1 и 6 Закона «О железнодорожном транспорте» [2] – «Отдельные виды социально значимых железнодорожных перевозок, перевозки железнодорожным транспортом

отдельных категорий пассажиров во внутреннем железнодорожном сообщении, перевозки железнодорожным транспортом пассажиров в пригородном сообщении, строительство и реконструкция отдельных стратегических объектов инфраструктуры, осуществляются по результатам размещения государственного и местного заказа в соответствии с законодательством ДНР, с учетом особенностей, определенных данным Законом» и «Государственный и местный заказы на перевозки пассажиров оформляются соответствующим договором между заказчиком и перевозчиком, в котором определяются обязательства перевозчика выполнить заданный объем перевозки пассажиров по определенным маршрутам перевозок и обязательства заказчика произвести оплату перевозчику стоимости такого заказа», обязательства по оплате перевозчику стоимости такого заказа, заказчик не выполняет.

По информации Министерства транспорта ДНР [3] с начала 2019 года в межреспубликанском и пригородном пассажирском сообщении перевезено 1 094 167 пассажиров, из которых 40,3% – пассажиры льготных категорий; из них: в межреспубликанском и внутреннем сообщении перевезено 113,2 тыс. граждан (в том числе 8,8 тыс. человек – граждан льготных категорий), услугами пригородного сообщения воспользовалось еще порядка 981 тыс. человек, включая 432 тыс. льготников; в том числе, в сентябре ГП «Донецкая железная дорога» в пригородном и межреспубликанском сообщении перевезено 130 050 пассажиров, из них 57,7 тыс. пассажиров, имеющих право на бесплатный или льготный проезд.

Для сравнения, за аналогичный период 2018 года услугами железнодорожного транспорта в межреспубликанском и пригородном сообщении воспользовалось 905 577 граждан, что на 20,8% (188,6 тыс. человек) меньше, нежели за 9 месяцев текущего года [3].

В результате анализа влияющих факторов можно выделить основные причины сложившейся ситуации:

- устаревшие основные фонды: недостаточное обновление в 2014-2016 годах, отсутствие финансовых вливаний в 2016-2018 в ремонтные базы структурных предприятий железной дороги, в целом в инфраструктуру предприятия,

- отсутствие грамотного и дальновидного руководства: нехватка высококвалифицированных кадров в связи с геополитической ситуацией в регионе, а также неблагоприятных демографических изменений,

- отставание в области научных исследований и разработок: при наличии относительно современных технологий производства происходит моральное их старение,

- недостаточная прибыльность: отсутствие самоокупаемости в связи с государственным регулированием тарифов на перевозку грузов, отсутствие возможности самим диктовать свои условия потребителям.

Выводы: изучив и проанализировав причины сложившейся ситуации необходимо отметить, что развитие такой отрасли как железная дорога невозможно без развития обслуживаемых и сопутствующих отраслей промышленности республики - угледобывающей, металлургии, производственной, сельского хозяйства, образования.

Еще одним шагом к преодолению тяжелого финансового положения является, в рамках реализации проекта по осуществлению совместного единого управления в сфере железнодорожного транспорта ДНР и ЛНР, создание Трансграничного концерна «Железные дороги Донбасса».

Участники концерна – Государственное предприятие «Донецкая железная дорога» и Государственное унитарное предприятие «Луганская железная дорога». 21 марта 2019 г. главами наших Республик был подписан Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве в сфере железнодорожного транспорта между Донецкой и Луганской Народными Республиками, а 21 июня 2019 г. Постановлением Народного Совета ДНР был принят Закон «О трансграничных концернах».

Создание концерна позволит обеспечить тесное взаимодействие железных дорог ДНР и ЛНР, а также будет содействовать интеграции экономик наших Республик в экономику Российской Федерации. Это очень важное для обеих Республик событие, которое позволит обеспечить поступательное развитие предприятия, повысить эффективность перевозок и уровень безопасности движения, улучшить финансово-экономические показатели, повысить мотивацию труда работников.

Первоочередной задачей на пути достижения конечной цели - прибыльности и самоокупаемости - государственное, бюджетное финансирование на обновление основных фондов, капитальные инвестиции, вложения для восстановления работоспособности отрасли. Обучение новых, повышение квалификации уже имеющимся кадрам, развитие обучающихся на производстве (без отрыва) программ.

Развитие возможностей по оказанию дополнительных услуг потребителям на рынке ремонта оборудования, собственного подвижного состава промышленных предприятий, обеспечение энергоносителями, информационными технологиями.

Список литературы

1. Народный совет [Режим доступа]: <https://dnrsovet.su/doklad-dmitriya-podlipanova-ob-itogah-raboty-ministerstva-transporta-za-2018-god/>
2. Закон Донецкой Народной Республики «О железнодорожном транспорте», принят Постановлением Народного Совета 13 ноября 2015 года, с изменениями от 25.05.2018 №222-ІНС.
3. Министерство транспорта Донецкой Народной Республики [Режим доступа]: <https://donmintrans.ru/press/news>

СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР;

ПЕТРОВ С.М.,

магистрант,

САЛЁНЫЙ Ю.А.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Управление людьми представляет собой деятельность по руководству персоналом организации. Эта область управления непосредственно связана с работой руководителя. К данному виду управления относятся: обеспечение сотрудничества в коллективе, кадровая политика, обучение, информирование, мотивация персонала и другие составные части работы руководителя. Специфический вид управленческой деятельности, объектом которой является коллектив работников - персонал, получил название управления персоналом (кадрами).

Цели исследования. Исследовать методы управления персоналом и на каких принципах они основываются.

Изложение материалов основного исследования. В последние годы в научной литературе и практике широко используются и другие понятия: управление трудовыми ресурсами, управление трудом, управление кадрами, управление человеческими ресурсами, управление человеческим фактором,

кадровая политика, кадровая работа и др., так или иначе относящиеся к трудовой деятельности человека, управлению его поведением на производстве.

Так, В.И. Гончаров выделяет систему управления трудовыми ресурсами, под которой он понимает взаимосвязанную совокупность целей, задач и основных направлений деятельности, а также различных видов, форм, методов и соответствующих механизмов управления, направленных на обеспечение постоянного роста эффективности производства, производительности труда и качества работы [1].

Данная система включает различные подсистемы, выполняющие конкретные функции, в том числе: подсистему подбора и расстановки кадров; подсистему профессионального отбора, повышения квалификации и роста профессионального мастерства; подсистему качества труда и методов его оценки; подсистему мотивации трудовой деятельности.

При этом подсистемы объединены единой целью управления, отражающей стремление к повышению производительности труда на основе максимально возможной реализации потенциальных способностей и потенциала работников. Действия всех подсистем направлены на то, чтобы эти способности и возможности полностью раскрылись в условиях конкретного предприятия [Error! Reference source not found.].

Большой разницей вносит и переводная литература с ее различной терминологией, свойственной различным школам управления. Наиболее часто встречаются такие термины, как: управление кадрами (набор, контроль, расстановка, подготовка, использование людских ресурсов предприятия), отношения между административным персоналом и подчиненными; "человеческие отношения" в промышленности; руководство кадрами (включая подбор, подготовку, условия труда, оплату, вопросы техники безопасности); трудовые отношения; взаимоотношения администрации с индивидуальными работниками;

Особенностью управления персоналом при переходе к рынку является возрастающая роль личности работника. Ситуация, которая сложилась в настоящее время в нашей стране несёт как большие возможности, так и большие угрозы для каждой личности в плане устойчивости её существования. То есть сейчас существует крайне высокая степень неопределенности в жизни каждого человека [3]. Следовательно, необходимо разработать новый подход к управлению персоналом на предприятии. Этот подход заключается в следующем: создание философии управления персоналом; создание совершенных служб управления персоналом; применение новых технологий в управлении персоналом; создание и выработка совместных ценностей, социальных норм, установки поведения, которая регламентирует поведение отдельной личности.

Философия управления персоналом – это формирование поведения отдельных работников по отношению к целям развития предприятия [4].

К числу основных задач управления персоналом относят:

1. Помощь фирме в достижении цели.
2. Обеспечение фирмы квалифицированными и заинтересованными работниками.
3. Эффективное использование мастерства и способностей персонала.
4. Совершенствование систем мотивации.
5. Повышение уровня удовлетворенности трудом.
6. Развитие систем повышения квалификации и профессионального образования.
7. Сохранение благоприятного климата.
8. Планирование карьеры, то есть продвижение по службе, как вертикальное, так и горизонтальное.
9. Развитие творческой активности персонала.
10. Совершенствование методов оценки деятельности персонала.

11. Обеспечение высокого уровня условий труда и качество жизни в целом.

Наиболее общие 3 задачи управления персоналом: обеспечение кадрами; эффективное использование кадров; профессиональное и социальное развитие кадров [5]. Все службы управления персоналом формируются исходя именно из этих целей. В управлении персоналом существует две группы принципов: Принципы, относящиеся к самому процессу формирования службы управления персоналом. Принципы, характеризующие саму систему функционирования управления персоналом.

Основные методы управления персоналом где и для чего: метод системного анализа; метод экспертных оценок; метод творческих совещаний и научных дискуссий; метод контрольных вопросов; морфологический метод.

Термин «планирование персонала» включает в себя все проблемы сферы персонала, которые могут возникнуть в будущем. Это целевое планирование, во-первых, потребностей в области персонала и, во-вторых, мероприятий, которые должны проводиться для его создания, развития, сохранения, оплаты, а также для высвобождения [6].

Выводы. Планирование персонала как одна из важнейших функций управления персоналом состоит в количественном, качественном, временном и пространственном определении потребности в персонале, необходимом для достижения целей организации. Планирование персонала следует рассматривать во взаимосвязи с планированием кадрового потенциала организации и планированием карьеры ее сотрудников.

Список литературы

1. Теоретические основы управления персоналом предприятия // [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/management/00011178_0.html
2. Требования к личности менеджера по персоналу // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=825926>

3. Мотивация в системе менеджмента // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-241530.html>
4. Философия управления персоналом в организации: её сущность и принципы // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://vmest.ru/nuda/eto-formirovanie-povedeniya-otdelenih-rabotnikov-po-otnosheniy/main.html>
5. Задачи управления персоналом // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://freebooks.site/menedjment-upravlenie-personalom/zadachi-upravleniya-personalom.html>
6. Планирование кадрового потенциала // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Kadroviku/Planirovanie-kadrovogo-potenciala.php>

АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

КОЗЛОВ В.С.,
канд. экон. наук, доцент,
кафедра менеджмента непроизводственной сферы
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР;
ШЕРЕВЕРОВ В.А.,
магистрант,
ЧЕРНИЧЕНКО Б.И.,
магистрант,
кафедра экономики и менеджмента
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. При планирования объемов работ и прогнозирования необходимых для этого средств необходимо систематизировать информацию, которая влияет на эти показатели.

Цели исследования. Проанализировать влияние факторов на деятельность организации сферы услуг в современных условиях и выявить ее внутренний потенциал.

Изложение материалов основного исследования. Совокупность внутренних и внешних показателей определяет сильные и слабые стороны ООО «ZEBRA», анализ наружной среды позволит выделить возможности и угрозы для развития компании. С этой целью необходимо провести SWOT-анализ за отчетный период год (табл. 1).

Таблица 1

Матрица SWOT анализа «ZEBRA»

Сильные стороны	Возможности
1.Участие сотрудников в принятии управленческих решений. 2.Индивидуальная ответственность каждого сотрудника за тот либо другой этап работы. 3. Тщательно налаженная работа с клиентами, потенциальным покупателям уделяется особое внимание, высокий уровень обслуживания. 4.Наличие своей производственной базы, возможность осуществить любые требования заказчика. 5. Фирма имеет собственный веб-сайт в сети интернет, который постоянно обновляется.	1. Выход на новые рынки 2. Обеспечение обширного диапазона дополнительных услуг . 3. Разорение и уход компаний-конкурентов. 4. Понимание необходимости рекламы для поддержания собственных позиций на рынке со стороны отечественного бизнеса. 5.Усовершенствование маркетинговых технологий, применение новинок рекламы. 6. Снижение расходов и потерь путем поиска новых поставщиков качественных и дешевых материалов. 7. Увеличение клиентской базы и расширения деятельности.
Слабые стороны	Угрозы
1. Отсутствие конкретной стратегии 2. Недостаточно сформированный имидж 3. Меньшая по сравнению с конкурентами занимаемая рыночная доля 4. Не учтена вероятность повышения квалификации сотрудников 5. Недостаток инвестирования в маркетинг за исключением требуемых средств на размещение рекламы. 6. Высокий уровень цен	1. Возникновение новых типов внешней рекламы у конкурентов. 2. Упадок в экономике. 3. Увеличение темпов инфляции. 4. Снижение затрат на рекламу со стороны отечественного бизнеса. 5. Вероятность появления новых конкурентов. 6. Влияние со стороны товаров-заменителей

В результате получаем наглядное представление о состоянии рекламного агентства. Фактически на данном этапе уже можно произвести предварительную оценку конкурентоспособности рекламного агентства по рассмотренным характеристикам. Четко заметны положительные стороны организации и минусы, требующие пристального внимания.

На основании сделанного SWOT анализа деятельности были выявлены имеющиеся слабые и сильные стороны рекламного агентства. SWOT-анализ используется, чтобы осуществлять стратегическое планирование развития способностей того или иного предприятия или его части. Матрица SWOT содержит наглядное отражение факторов, позволяющих формировать стратегию агентства.

К сильным сторонам можно отнести высокий уровень квалификации сотрудников, хорошо налаженное взаимодействие друг с другом. К слабым сторонам относится низкий организаторский уровень деятельности. Для дальнейшей оценки деятельности были составлены матрицы угроз и возможностей для рекламного агентства «ZEBRA», которые приведенные в таблицах 2 и 3.

Таблица 2

Анализ угроз со стороны конкурентных сил

Вероятность реализации угроз	Последствия угроз	
	Разрушительные	Тяжелые
Высокая	1. Упадок в экономике 2. Увеличение темпов инфляции	1. Влияние поставщиков 2. Влияние товаров-заменителей»
Средняя	1. Снижение затрат в рекламу со стороны отечественного бизнеса 2. Снижение уровня стоимости на рекламу	1. Появление новых типов внешней рекламы у конкурентов 2. Вероятность появления новых конкурентов
Низкая		

Как видно из таблиц, в область незамедлительного реагирования попадают угрозы, связанные с уменьшением затрат на рекламу со стороны

рекламодателей, в результате спада в экономике. Отсюда следует еще одна опасность – снижение стоимости на рекламу.

Угрозу прихода конкурентов компания может сократить путем повышения собственной доли рынка и развития бренда, что требует большего интереса к развитию маркетинга и достаточному его финансированию.

Матрица возможностей, продемонстрировала, что на поля наиболее благоприятных возможностей оказываются возможности улучшения маркетинговых технологий, использование новинок внешней рекламы, а также увеличение клиентской базы. Наиболее благоприятными возможностями для компании являются: постоянный рост рынка предоставления услуг, обострение конкурентной борьбы. Также довольно благоприятными являются технический прогресс и повышение уровня обеспеченности населения

Анализируя внешнюю ситуацию, необходимо выделять наиболее существенные на конкретный период времени факторы. Взаимосвязанное рассмотрение этих факторов с возможностями компании позволяет решать возникающие проблемы.

Таблица 3

Анализ возможностей «ZEBRA»

Вероятность использования возможностей	Влияние возможностей	
	Сильное	Умеренное
Высокая	Обеспечение обширного диапазона дополнительных услуг (к примеру, бесплатный монтаж рекламных конструкций)	Понимание потребности рекламы для поддержания собственных позиций на рынке со стороны отечественного бизнеса
Средняя	1. Совершенствование маркетинговых технологий, использование новинок наружной рекламы 2. Увеличение клиентской базы	1. Выход на новые рынки 2. Обучение кадров
Низкая	Разорение и уход фирм-конкурентов	Уменьшение расходов путем поиска новых поставщиков

Для того, чтобы определить, как можно пользоваться открывающимися возможностями, применяя сильные стороны рекламного агентства (приоритеты развития, поддерживать конкурентные преимущества), какие слабые стороны рекламного агентства имеют все шансы помешать этому, за счет каких сильных сторон можно нейтрализовать имеющиеся угрозы, каких угроз, усугубленных слабыми сторонами рекламного агентства, необходимо больше всего бояться (таблица 4).

Таблица 4

Комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон

Возможности:	Угрозы:	
1.Выход на новые рынки или сегменты рынка 2.Обеспечение обширного Спектра дополнительных усл бесплатный монтаж рекламных 3. Банкротство и уход фирм-конкурентов 4.Развитие рекламных техноло новинок внешней рекламы.	1. Появление новых типов наружной рекламы у конкурентов 2 Упадок в экономике 3. Увеличение темпов инфляции 4. Снижение затрат на рекламу со стороны отечественного бизнеса 5. Уменьшение уровня цен на Рекламу	
Сильные стороны:	«Сила и возможности»	«Сила и угрозы»
1. Серьезный рост объемов оказанных услуг за последний год 2. Содействие персонала в принятии управленческих решений 3.Персональная ответственность каждого сотрудника за тот либо другой участок работы.	Подготовка персонала, использование его потенциала и наличие своей производственной базы и творческий подход к рекламе, дающий возможность осуществить специфические требования клиента, позволят совершенствованию рекламных технологий, применяемых рекламным агентством.	Использование по максимуму способностей персонала, наличие своей производственной базы и творческий подход к рекламе, дающий возможность осуществить особые требования клиента, позволят сохранить существующих клиентов.
Слабые стороны:	«Слабость и возможность»	«Слабость и угрозы»
1. Отсутствие Конкретной стратегии 2. Мало сформированный имидж 3. Минимальная по сравнению с конкурентами занимаемая рыночная доля 4.Не учтена возможность повышения квалификации сотрудников 5. Не комфортное расположение.	Отсутствие стратегии, недостаточно сформированный репутация, высокие цены на услуги агентства, недостаток инвестирования в маркетинг, меньшая по сравнению с конкурентами занимаемая рыночная доля могут оказать воздействие на возможность фирмы выходить на новые сегменты рынка, использованию маркетинговых новинок.	Не сформированная репутация, не обдуманная маркетинговая стратегия, высокие цены на услуги, влияние со стороны продуктов-заменителей могут привести к ухудшению конкурентноспособной ситуации.

Выводы. Так как агентство «ZEBRA» функционирует на рынке с сильной конкурентной борьбой, то для нее лучшей будет стратегия, направленная на завоевание конкурентных преимуществ, предусматривающая более глубокое проникание на рынок с помощью использования новинок внешней рекламы, а также формирования подходящего имиджа, к примеру, с помощью проведения общественной рекламной кампании. Стратегические возможности и угрозы, которые требуют концентрации всех необходимых ресурсов для их осуществлении и соответствующие угрозы, требующие повышенного интереса и кропотливого непрерывного мониторинга, должны находиться под непрерывным контролем высшего руководства.

НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Рыночная экономика, диктуемая в условиях современных вызовов представляет собой совокупность общественных отношений и функционирует на основе и только в рамках принимаемых законов. Несмотря на то, что рынок опирается на спросе и предложении, конкуренции, получении прибыли, абсолютной свободы на нем быть не может. В противном случае развиваются монополизм и другие негативные тенденции, утрачивается цельность экономической стабильности общества. Следовательно, нужна система регулирующих механизмов, удерживающих социально-экономические процессы в рамках интересов

общества, организаций, страны.

Цель исследования. Исследовать существующие концепции государственного регулирования и возможности их адаптации к условиям современных вызовов.

Изложение материалов основного исследования. Рыночная экономика, несмотря на свои значительные положительные качества, не всегда способна автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах каждого гражданина, предприятия и государства в целом. Она не обеспечивает социально справедливого распределения доходов граждан, не всегда гарантирует право на социальную работу, не направлена на защиту окружающей среды и не поддерживает незащищенные группы населения.

Частный сектор не стремится инвестировать в такие отрасли и проекты, которые не приносят большой прибыли, но для общества и государства они просто жизненно важны. Рыночная экономика не решает многих других насущных проблем. И все это должно быть сделано государством, а именно четко и эффективно наладить предпринимательскую деятельность, которая будет способствовать стабилизации экономических и социальных процессов внутри государства. Прерогатива государства заключается в создании надежного правопорядка в стране, национальной безопасности, а это, в свою очередь, является основной базой, основой для формирования и развития предпринимательства и экономики.

Таким образом, предпринимательство в любом государстве не может нормально развиваться и улучшаться, если страна не гарантирует для этого адекватных условий. Государство всегда регулирует текущую экономику. В то же время организационно-правовой эффект направлен на стимулирование частных инициатив и оказание помощи бизнесменам, создавая необходимые условия для их успешного и эффективного функционирования [1,2].

В современных условиях наблюдается увеличение государственного регулирования, тенденция к централизации власти и поощрение формирования

и развития предпринимательства, изменения организационных форм взаимодействия органов государственной власти с частными хозяйственными предприятиями, происходят значительные изменения в механизме, целях, аппарате управления, в сочетании государственных и рыночных механизмов регулирования. Сферы государственного регулирования предпринимательской деятельности сегментируют по видам рынка: товарный рынок, рынок ценных бумаг, валютный рынок, банковский рынок, рынок страховых услуг.

Экономическая поддержка деятельности не хозяйствующих субъектов является одним из направлений государственного регулирования предпринимательской деятельности, как некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность для достижения целей, для которых они создаются [3].

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) является независимой деятельностью, осуществляемой на свой страх и риск, направленной на систематическую прибыль от использования имущества, продажи товаров, проведение работ или оказание услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в соответствии с установленными законом процедурами. С экономической точки зрения предпринимательство играет роль в развитии экономики страны. Предприниматель может осуществлять любой вид деятельности, если они не запрещены законом.

Рыночная экономика является саморегулируемой системой, которая развивается по собственным законам. Однако, как было уже отмечено, экономика в современном мире не свободна от влияния государства. Государство, как особая форма государственной власти, формирует стратегии экономической политики, влияет на поведение субъектов хозяйствования.

Специфика каждой отрасли предопределяет целесообразность использования в каждом конкретном случае своего набора экономических рычагов и стимулов, в том числе и государственных. В его состав входят элементы, определяемые и на республиканском уровне, но ответственность за формирование и эффективное использование хозяйственного механизма

ложится на местные органы. Отраслевая дифференциация экономических рычагов и стимулов должна быть направлена на создание примерно равных экономических возможностей организаций.

Выводы. Таким образом, государственное регулирование предпринимательской деятельности не хаотическое действие, а строго упорядоченная система действий государства в законодательно установленных формах для реализации государственной экономической политики. Эти и другие факторы определяют необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Генри Хэзлитт Типичные ошибки государственного регулирования экономики. 2015 – 415 с
2. Мильнер Б.З., Архипов А.И., Городницкий А.Е. Государственная поддержка предпринимательства// Общество и экономика. - 2013. - № 17
3. Деньгов В.В. Экономика фирмы. Учебник для бакалавриата и магистратуры, 2017–410 с.

ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

КОЗЛОВА Е.А.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

УО «Могилевский государственный университет продовольствия»,

г. Могилев, Республика Беларусь;

КОЗЛОВ В.С.,

канд. экон. наук, доцент,

АКСЕНОВ А.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР

Постановка задачи в общем виде. Процесс представляет собой определенную совокупность действий, направленных на преобразование ресурсов в результаты, которые чаще всего выступают в виде продукции или услуг.

В любой организации одновременно протекает большое число процессов, различающихся как по своему назначению, так и по основным характеристикам. При самом общем подходе все ключевые процессы в организации подразделяют на две группы: имеющие материально-вещественный характер; информационные.

Цель исследования. Проанализировать существующие системы процессов в организациях.

Изложение материалов основного исследования. Как правило, обе группы процессов имеют место во всех организациях, но в некоторых могут преобладать материально-вещественные процессы (например, на предприятиях, связанных с переработкой сырья и материалов в продукцию) или информационные (например, в консультационных фирмах, где сбор, переработка и продажа информации и знаний отражают их предназначение).

Другой подход к классификации всего множества процессов, происходящих в организации, базируется на их роли в создании новых ценностей. В соответствии с этим критерием все процессы подразделяются на три группы: первичные, или основные, включающие все виды работ, непосредственно связанные с производством продукции или услуг и обеспечивающие жизнедеятельность организации; вторичные, или обеспечивающие, задачей которых является поддержание основных процессов с позиций их непрерывности и экономичности; управленческие (инфраструктурные), включающие работы по установлению целей и направлений первых двух групп процессов; они формируют условия и используют факторы, необходимые для достижения организацией ее целей. [1, с.116] Чтобы получить прибыль, компании необходимо постоянно

осуществлять контроль издержек и ценностей, создаваемых в каждом звене цепочки, и корректировать процессы в направлении повышения их эффективности. Эти задачи выполняют процессы управления, результатом которых является принятие решений о действиях, которые должны выполняться в организации. Это подчеркивает значение, которое имеет проектирование процессов и их взаимосвязей.

На рис. 1 приведено схематическое изображение модели процессов в организации, дающее представление о связях между всеми видами процессов. Эту связь осуществляют менеджеры, которые принимают решения, используя информацию, поступающую как из внешней среды, так и в результате выполнения всей совокупности процессов внутри организации. [2, с.48]

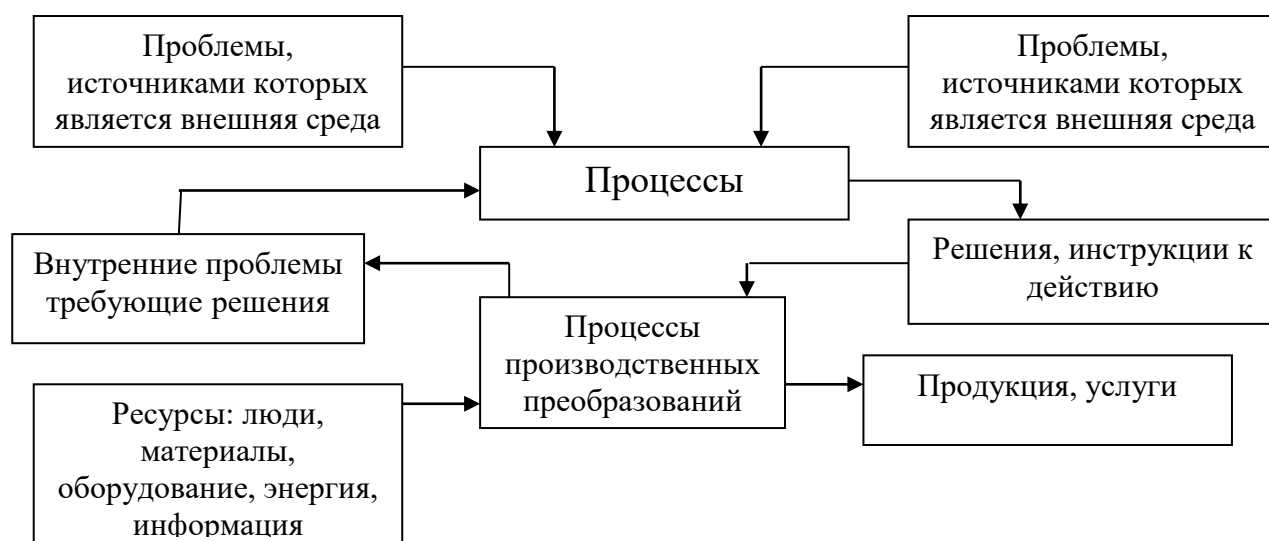


Рис. 1 Схема связей процессов в организации

Выполнение функций управления всегда требует определенных затрат времени и сил, в результате которых управляемый объект приводится в заданное или желаемое состояние. Это и составляет основное содержание понятия «процесс управления». Чаще всего под ним понимается определенная совокупность управленческих действий, которые логично связываются друг с другом, чтобы обеспечить достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» в продукцию или услуги на «выходе» системы. Процесс управления так же представляется как

совокупность циклических действий, связанных с выявлением проблем, поиском и организацией выполнения принятых решений. Схематически этот подход отражен на рис. 2, где производственный процесс представлен в виде «черного ящика» с «входами» и «выходами», а управленческий процесс рассматривается в составе трех блоков: М — моделирование состояния объекта управления на основании поступающей от него информации; Р — разработка и принятие управленческих решений; В — организация выполнения принятых решений. Последний блок по информационным каналам связан с «входом» производственного процесса и таким образом обеспечивает изменения, запланированные системой управления.

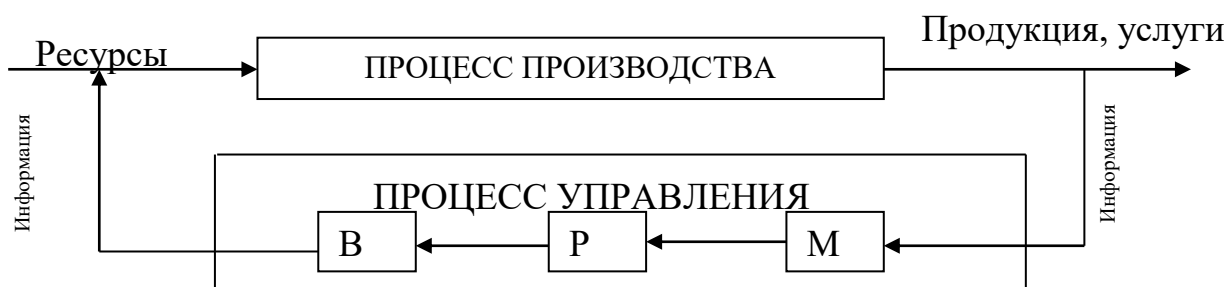


Рис. 2. Процесс принятия управленческих решений

Начальный импульс процессу принятия решений задает информация о состоянии контролируемых параметров управляемого объекта, а воздействие осуществляется после выработки и принятия соответствующего решения, которое в виде той или иной информации (команды, приказа, распоряжения, плана и т.д.) подается на «вход» управляемого объекта. Процесс принятия управленческих решений носит циклический характер, начинается с обнаружения несоответствия параметров плановым заданиям или нормативам и заканчивается принятием и реализацией решений, которые должны это несоответствие ликвидировать. В центре этой циклически осуществляемой деятельности находятся три элемента процесса: проблема или неиспользованная возможность, решение и люди, участвующие в процессе на всех его этапах.

Выводы. При таком подходе последовательность, в которой рассматриваются варианты, предопределяет время поиска (в отличие от оптимизационной модели, где последовательность не имеет значения, так как оцениваются все возможные альтернативы). И даже если просмотр возможных вариантов продолжается, это делается чаще всего лишь для подтверждения обоснованности уже сделанного выбора. Прошлый опыт при этом становится решающим фактором выбора, поэтому предпочтение отдается тому решению, с которым субъекты решения знакомы или сталкивались в собственной практике.

Список литературы

1. Менеджмент (Современный российский менеджмент): Учебник/Под. ред. Ф.М. Русинова и М.Л. Разу.- М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000
2. Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность: Учебное пособие для вузов/ А.А. Одинцов.- М.: Издательство «Экзамен», 2004

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ОРГАНА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ КАК ОБЪЕКТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ПРАВА

КОНЦЕДАЛ И.Н.,
ассистент,
ХОРОШИЛОВА Е.В.,
магистрант,
кафедра государственного управления и таможенного дела
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный
университет имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. Проголосовав на референдумах 2014 года, народы Луганской и Донецкой народных республик избрали самостоятельный путь развития. Как и любое новообразованное независимое

государство, молодые республики оказались в ситуации, при которой явно стала ощущаться недостаточная развитость нормативной правовой базы, как основного инструмента государственного регулирования различных областей экономической жизни государства. Законодательство является тем фундаментом, без которого невозможно построение социально-ориентированной политической и экономической системы. Формирование законодательной основы должно обеспечивать максимально полное регулирование всех сфер жизнедеятельности, направленных на улучшение, как экономических, так и социальных параметров.

Актуальность проблемы выбора наиболее эффективных подходов к формированию нормативного правового обеспечения управления субъектами и территориями, созданными в их рамках, вызывает многовариантность моделей местного самоуправления. Эта проблема касается, прежде всего, вопросов выбора конкретной модели местного самоуправления, согласование со структурой органов государственной власти, действующей на данной территории, интересов местных общин относительно участия в местных делах, в частности возможностей развития местных органов власти.

Научное исследование проблематики местного самоуправления начиналось с попытки выяснить: местное самоуправление и его органы осуществляют отдельную, отличную от государственной, власти, или они являются органической составляющей государственного механизма и выполняют государственные функции? Поскольку однозначные ответы на этот непростой вопрос пока нет, то продолжают существовать и оказывать свое влияние на практику государства две основные теории местного самоуправления – общественная и государственническая.

Процесс создания (формирования) каждого органа проходит в специальном порядке, предусмотренном законодательством и принятым при его разработке подзаконными актами. Таким образом, законодательные органы

местного самоуправления имеют право делать только то, что предусмотрено законодательством, реализация других полномочий недопустима.

Орган местного самоуправления представлен двумя ветвями власти: законодательной и исполнительной (административной) властью. Следует отметить, что каждый орган местного самоуправления имеет свой правовой статус, полномочия и компетенцию. В состав муниципалитета могут входить следующие подразделения: глава муниципального образования, местная администрация, контрольно-ревизионный орган. В зависимости от типа, органы местного самоуправления могут также включать муниципальную избирательную комиссию. Они образуют единую систему, исключающую возможность выдавать властям взаимно несовместимые приказы. Каждый орган местного самоуправления имеет свою компетенцию, которая не может принадлежать другому органу, что, однако, не исключает их координации, совместного взаимодействия, сотрудничества с целью реализации совместных вопросов местного значения в интересах своего населения.

Правовой статус органа местного самоуправления сочетает в своей структуре такие компоненты, как отдельная организационно-правовая форма, наличие характерных только для него полномочий, публичных функций, осуществление полномочий на территории соответствующей общины [1].

Структура и система органов местного самоуправления является исключительно политическим вопросом [3]. Примечательно, что на местном уровне существует четкое разграничение представительной и исполнительной ветвей власти, а судебная ветвь отсутствует. Однако это не может поставить под сомнение принцип разделенной и сбалансированной власти, который применяется независимо от уровня правоотношений.

Понимание его структуры на данном уровне является одним из определяющих факторов выбора моделей местного самоуправления для конкретного субъекта местного самоуправления. Это связано с тем, что для осуществления эффективного управления характеристики параметров его

ресурсного обеспечения должны обязательно соответствовать сложности и особенностям соответствующего субъекта местного самоуправления. Однако практика показывает, что данный аспект не всегда учитывается. Нужно изучить эту проблему, что требует научных исследований и разработок соответствующих рекомендаций.

Система местного самоуправления по своей природе является неотъемлемой составной частью государственного управления, организационной и политической структурой, обеспечивающей жизнедеятельность муниципальных образований в соответствии с государственными стандартами. Она определяет, «упорядочений набор организационных форм, институтов местной демократии, взаимосвязь между ними и процессорами, с помощью которых функционируют местные органы самоуправления, разрешает вопросы местного уровня, а также аккумулирует человеческие, правовые, материальные и финансовые возможности, необходимые для их реализации» [2]. Взаимосвязь с государственной системой и ее компонентами структурируют созданные в структуре соответствующих объектов управления субъективно-объективные отношения в отношениях власти, охватывающие организацию и функционирование субъектов управления (местное самоуправление) [1].

Проблемы, связанные с эффективным функционированием системы местного самоуправления обусловлены, прежде всего, несовершенством законодательства, которое призвано создавать условия для нормального функционирования всех участников правовых отношений, в том числе в экономической и социальной сферах. Особенно важна социальная направленность нормативно-правовая обеспеченность деятельности муниципалитетов. Таким образом, повышение эффективности управления муниципальными образованиями не возможно без применения современных методов управления и финансовых инструментов, совершенствование нормативно-правового обеспечения, а также достижения оптимального

сочетания полномочий местного самоуправления и государственного управления.

Выводы. Целесообразно отметить, что управление субъектами местного самоуправления должно иметь социальную направленность, которая заключается в максимальном удовлетворении потребностей, решении социальных проблем и повышении жизненного уровня населения.

Список литературы

1. Бабичев И.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография. / И.В. Бабичев, В.М. Смирнов : Норма, Инфра-М, – 2011. – 527 с.
2. Земченков Н.Ф. Местное самоуправление в правовой системе российского общества: проблемы теории и практики / Н.Ф. Земченков // Правовая система общества: проблемы теории и практики: Труды международной научно-практической конференции. СПб., – 2011. – С. 517–522.
3. Алехин А.П. Административное право России : учебник / А.П. Алехин, А.А. Кармолицкий– М. : Зерцало-М, 2011. – Ч.2. – с. 520
4. Габричидзе Б.Н. Конституционное право современной России / Б.Н. Габричидзе, Б.П. Елисеев, А.Г. Чернявский. – М., 2011. – с. 416
5. Ноздрачев А.Ф. Исполнительная власть в РФ» Научно-практическое пособие /А.Ф. Ноздрачев, Ю.А. Тихомиров. – М., 2010. – с. 258

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

КОРОТЧЕНКО О.В.,

ст. преподаватель,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Персонал предприятия рассматривается как важный элемент его динамичного развития, как основной фактор повышения эффективности деятельности предприятия. С учетом острой нехватки большинства ресурсов производства (изношенные основные фонды, высокие цены на оборотные средства, ограниченные возможности привлечения дополнительного финансового капитала) роль персонала становится особенно важной. Для железнодорожного транспорта Донецкой Народной Республики все вопросы управления персоналом определённо актуальны, поскольку на предприятиях отрасли наблюдается отток квалифицированных кадров.

Целью исследования является освещение направлений совершенствования механизма управления персоналом на железнодорожном транспорте Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Механизм управления персоналом - система экономических, законодательных и административных методов, рычагов, мероприятий и организационных форм управления трудовыми ресурсами, которая обеспечивает его оптимальное развитие и эффективность деятельности предприятия.

Механизм управления складывается из:

- кадровой преемственности (посредством систематического поиска, найма и подготовки новых работников);
- создания условий для регулярного повышения квалификации всех сотрудников;
- ясного распределения прав, ответственности и должностных обязанностей между персоналом;
- обеспечения предприятия, как опытными работниками, так и начинающими специалистами;
- формирования условий для служебного продвижения сотрудников (по итогам оценки их деятельности на основе установленных критериев);

- создания продуктивной рабочей атмосферы, в которой доверие к людям сочетается с проверкой качества выполнения ими своих обязанностей.

В Донецкой Народной Республике, на предприятиях отрасли железнодорожного транспорта, часто используются устаревшие механизмы управления персоналом, в связи с чем складывается неблагоприятная ситуация с привлечением и использованием кадров:

- наблюдается низкий уровень мотивации работников – нет четкой связи между вознаграждением сотрудников и результатами их труда, а также относительно низкий уровень оплаты труда отдельных категорий работников (особенно работников нижних тарифных разрядов). Наметилаь опасная тенденция оттока высококвалифицированных специалистов из отрасли [1].

- свобода действий сотрудников весьма ограничена, механизму управления недостает гибкости и адаптивности к постоянно меняющейся внешней среде. Труд персонала становится все менее эффективным.

Суть механизма управления персоналом – в отношении к сотрудникам как к главному ресурсу и конкурентному преимуществу компании. Этим ресурсом нужно правильно распоряжаться, расширять его, мотивировать к эффективной работе и развивать, ориентируясь на стратегические задачи, стоящие перед фирмой.

Так, с целью совершенствования механизма управления персоналом на железнодорожном транспорте можно предложить трансформировать его в управление человеческими ресурсами, которое является специализированной и организованной отраслью управления, которая занимается подбором, обслуживанием, развитием, использованием и координацией людей на работе, таким образом, они будут давать все возможное для предприятия. Это относится к систематической функции планирования издержек и потребностей в человеческих ресурсах, отбора кадров, профессиональной подготовке, компенсации и служебной аттестации для удовлетворения этих потребностей.

Основное различие между управлением персоналом и управлением человеческими ресурсами заключается в том, что сфера управления персоналом ограничена и имеет перевернутый подход, при котором работники рассматриваются как инструмент. Здесь поведением работника можно манипулировать согласно основным компетенциям железнодорожной отрасли и заменить, когда данный ресурс изношен.

Управление человеческими ресурсами имеет более широкий охват и рассматривает сотрудников в качестве актива организации. Это способствует взаимности в отношении достижения целей, ответственности, вознаграждения и так далее. Это будет способствовать повышению экономических показателей и высокого уровня развития человеческих ресурсов. Управление человеческими ресурсами является расширенной версией управления персоналом и ликвидирует недостатки последнего. Это очень важно в эру интенсивной конкуренции, в период обострения геополитической обстановки, когда происходит масштабная утечка квалифицированных кадров.

Механизм управления персоналом предприятия всегда остается процессом сложным и динамичным. Его элементы должны все время реформироваться, поскольку меняются как внешние геополитические условия, в которых функционирует Донецкая железная дорога, так и внутренняя среда железнодорожной отрасли в целом и каждого структурного подразделения в частности.

Механизм управления персоналом на железнодорожном транспорте включает различные государственные и общественные формирования:

- государственные администрации, Министерство транспорта Донецкой Народной Республики и Департамент железнодорожного транспорта Донецкой Народной Республики, обеспечивающие решение комплекса вопросов по управлению трудовыми ресурсами республики, включая их формирование, перераспределение и рациональное использование;

- профсоюзные органы, контролирующие соблюдение администрацией предприятий отрасли прав трудящихся в части их приема, перевода, увольнения, создания необходимых условий труда и быта, предоставления отпусков, различных льгот и компенсаций, поощрений и др.;

- администрации предприятий объектов инфраструктуры железнодорожного транспорта Донецкой Народной Республики, определяющие общее направление кадровой политики, решающие вопросы создания дочерних подразделений, создания и прекращения деятельности филиалов и других обособленных подразделений, осуществляющие непосредственную работу с персоналом.

Выводы. Таким образом, с целью совершенствования механизма управления персоналом на железнодорожном транспорте Донецкой Народной Республики государственным органам управления, администрациям объектов инфраструктуры и кадровым службам подразделений отрасли необходимо:

- грамотно определять реальную потребность в специалистах с учетом развития производительных сил и перспективных направлений расширения отрасли железнодорожного транспорта;

- обеспечивать организованный набор сотрудников отрасли железнодорожного транспорта, координировать другие виды высвобождения распределения и перераспределения работников, контролировать специфические кадровые показатели: абсентизма (количество потерянных рабочих дней или частота отсутствия на рабочем месте по неизвестным причинам), коэффициенты оборота по приему, по выбытию, текучести и др. Постоянное наблюдение за динамикой данных показателей даст возможность своевременно и на качественном уровне принимать управленческие решения о наборе кадров, о мероприятиях по формированию организационной культуры, об адаптации под внешние сложные условия;

- совместно с органами образования создавать эффективную систему профессионального обучения, обеспечивающую непрерывное повышение

квалификации всех работников, учитывая наличие в Донецкой Народной Республике института железнодорожного транспорта. Уровень квалификации персонала должен опережать развитие технологии производства и системы организации производственно-трудового процесса. Чем выше общий уровень развития экономики, чем более сложные задачи ему приходится решать, тем большая есть потребность в трудовых ресурсах высокой квалификации;

- обеспечивать стажировку на передовых объектах отрасли, обучение руководителей различного ранга передовым методам и формам работы с кадрами;

- осуществлять методическую работу по аттестации кадров в отрасли, на основании которой проводить изучение профессиональных, деловых и личностных качеств работников, разрабатывать рекомендации по рациональному использованию кадров в соответствии с их способностями и склонностями;

- организовывать работу по профессиональной ориентации молодежи, адаптации молодых специалистов и рабочих на предприятиях, развивать наставничество, изучать причины текучести кадров, динамику изменений трудового коллектива;

- обеспечивать эффективное использование всех форм материального и морального стимулирования работников в соответствии с их трудовой деятельностью, изучать влияние стимулов на повышение трудовой и социальной активности трудящихся;

- совершенствовать уровень безопасности труда на железнодорожном транспорте в соответствии с мировыми стандартами, учитывая все новые условия работы, появляющиеся под влиянием научно-технического прогресса. Обучать персонал новым веяниям техники безопасности, так как безопасность движения, является прямым следствием качества и уровня подготовки персонала, чья деятельность связана с движением поездов;

- улучшать морально-психологический климат в коллективе, разрабатывать и внедрять грамотную организационную культуру, свойственную данной отрасли, которую будут поддерживать сотрудники на всех объектах инфраструктуры железнодорожного транспорта.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

КУДРАТОВА Ю.К.,

ассистент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Экологическая безопасность окружающей среды и рациональное природопользование является актуальной проблемой не только для отдельных государств, а и в мире. Вопросы, связанные с экологической безопасностью, охраной окружающей среды необходимо рассматривать как жизненно важные, так как каждый день бездействия приближает глобальный экологический кризис. Экономические, технологические и производственные преобразования характерные практически для всех стран мира, которые определили скорость, содержание, трансформацию процессов жизнедеятельности человека: его здоровье, продолжительность жизни и т.д. Его состояние было обусловлено национальными особенностями каждой страны, их специализацией.

Отрицательное воздействие человека на природу привели к увеличению числа природных катаклизмов, возникновению парникового эффекта, изменению климата, загрязнению атмосферного воздуха, разрушению озонового слоя Земли, истощению и ухудшению качества земель, истощению природных богатств – все это создает серьезную опасность для человечества и

требует безотлагательных и эффективных действий, направленных на их устранение. Экологические проблемы затрагивают все сферы жизни: социальную, экономическую, политико-правовую, а также институты государственного регулирования: законодательство, стандартизацию, гражданское общество, финансы, информацию и информационные технологии, национальные традиции, науку и образование. Здоровье и благосостояние каждого человека и общества в целом зависят от качества окружающей среды.

В современных условиях глобализации крайне усилилось влияние внешнеэкономических процессов на уровень экологической безопасности. Глобальные изменения окружающей среды, связанные с деятельностью промышленных предприятий наиболее развитых стран мира, наносят значительный вред здоровью населения во всех частях земного шара. Активное развитие глобального экологического кризиса проявляется в истощении природных ресурсов, порой – в их исчерпании, в высоком уровне загрязнения окружающей среды, деградации биосферы, к чему привели высокие темпы индустриализации, милитаризации и потребления.

Нужна новая экологическая парадигма как совокупность нормативных знаний относительно безопасного природопользования, организации производства, рационального использования природных ресурсов и социокультурных достижений. Принципиально новая экологическая стратегия должна основываться на принципах перехода к модели поступательного экологически безопасного и экологически уравновешенного развития производительных сил, функционирования новых отраслей и сфер экономики.

Цель исследования. В условиях рыночной экономики формирование эффективной системы государственного управления в сфере окружающей среды и экологической безопасности является обязательной составляющей построения и развития государства.

Изложение материалов основного исследования. Процессы глобализации и общественных трансформаций увеличили приоритетность

сохранения окружающей среды. Уже сейчас требуется новая государственная экологическая политика, которая будет, ориентированная на современное положение вещей. Одной из главных задач этой политики – это обеспечение сбалансированного развития территории, которое предполагает, в том числе создание благоприятной окружающей среды.

Сбалансированное развитие обеспечивает процесс гармонизации жизнедеятельности, дает возможность удовлетворять необходимые потребности человечества при условии сохранения и восстановления целостности природной среды, создание возможностей для равновесия между его потенциалом и требованиями людей сегодня и в будущем.

Основой для сбалансированного развития служит модель «человек-хозяйство-природа». Равноправное соотношение этих трех частей характеризует такой способ взаимодействия общества и природы, который принято считать эпохой ноосферы.

Рациональное использование ресурсов всех видов, внедрение структурно-технологической реструктуризации производства, применение творческого потенциала для развития и процветания общества сможет обеспечить его сбалансированное развитие.

Главными целями государства является – сохранение и приумножение потенциала природы, создание экологически благоприятных условий жизнедеятельности человека и общества, обеспечение рационального природопользования. Для достижения этих целей необходимо совершенствовать законодательную базу в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности, разработать концепцию экологической безопасности, использовать новые программы для эффективного и оперативного управления, внедрять новые технологии в производстве, позволяющие минимизировать негативное влияние на окружающую среду.

Главной целью государственной экологической политики является обеспечение благоприятного для жизни и здоровья населения состояния

окружающей среды, сохранение биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущего поколений, укрепление правопорядка в сфере охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Основными принципами государственной экологической политики являются:

- содействие сбалансированному (постоянному) развитию путем достижения сбалансированности составляющих развития (экономической, экологической, социальной), ориентирования на приоритеты сбалансированного (постоянного) развития;

- интегрирование экологических требований во время разработки и утверждения документов государственного планирования, отраслевого (секторного), регионального и местного развития и в процессе принятия решений об осуществлении планируемой деятельности объектов, которые могут иметь значительное влияние на окружающую среду;

- межсекторное партнерство и привлечение заинтересованных сторон;

- предотвращение возникновения чрезвычайных ситуаций естественного и техногенного характера, который предусматривает анализ и прогнозирования экологических рисков, которые основываются на результатах стратегической экологической оценки, оценки влияния на окружающую среду, а также комплексного мониторинга состояния окружающей естественной среды;

- обеспечение экологической безопасности и поддержание экологического равновесия, повышения уровня экологической безопасности;

- обеспечение ответственности за нарушение законодательства в сфере рационального природопользования и охраны окружающей среды;

- внедрение принципов предупреждения, предотвращения, приоритетности устранения источников вреда окружающей среде;

- ответственность органов исполнительной власти и органов местного самоуправления за доступность, своевременность и достоверность экологической информации;

- государственное стимулирование отечественных субъектов ведения хозяйства, осуществляющих сокращение выбросов парниковых газов, снижающих показатели энерго- и ресурсоемкости, модернизирующих производство с целью снижения негативного влияния на окружающую среду, в том числе совершенствование системы экологического налога за загрязнение окружающей среды и платежей за использование природных ресурсов;

- внедрение новейших средств и форм коммуникаций и эффективной информационной политики в сфере охраны окружающей среды.

Вывод. Введение экосистемного подхода в политику, усовершенствование системы интегрированного экологического управления, интеграция экологической политики в другие политики, обязательный учет экологической составляющей при разработке и утверждении документов государственного планирования, в процессе принятия решений о ведении хозяйственной деятельности, которая может влиять на состояние окружающей среды, в частности модернизация промышленных предприятий, улучшения экологических характеристик продукции и т.п.

Список литературы

1. Гудаев Т. Х. Экологическая политика и экологическое движение в современном мире // Молодой ученый. — 2014. — No20. — С. 81-83.
2. Рогожина Н. Г. Глобальная экологическая безопасность: позиция развивающихся стран // Мировая экономика и международные отношения. — 2013. - No2. — С. 3-11.
3. Халий И.А. Экологическое сознание населения современной России // История и современность. 2015. No 1. С. 189-205

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НЕПРИЗНАННЫХ ГОСУДАРСТВ

КУПРИЯНОВА И.А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

Севастопольского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова,

г. Севастополь, Российская Федерация;

ПАПАЗОВА Е.Н.,

канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой,

кафедра высшей математики

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Одним из важнейших вопросов внутренней политики государства является вопрос об уровне состояния и развития социальной сферы и о реализации социальной политики.

Целью исследования является выявление особенностей развития социальной сферы государства и механизмов ее регулирования в условиях непризнанности.

Изложение материалов основного исследования. Государственная социальная политика — система мер, направленных на осуществление социальных программ, поддержания доходов, уровня жизни населения, обеспечения занятости населения, поддержки отраслей социальной сферы, предотвращения социальных конфликтов, жизнеобеспечения населения в

целом. Особенно актуально проведение социальной политики для непризнанных государств, живущих в условиях внешних экономических ограничений. К таким государствам на постсоветском пространстве относятся частично признанные – Республика Южная Осетия и Республика Абхазия и непризнанные государства: Приднестровская Молдавская Республика, Донецкая и Луганская Народные Республики.

В государстве с неопределенным международным статусом существуют свои особенности развития социальной сферы и механизмы ее регулирования, на которые оказывают влияние целый ряд факторов, не относящихся к другим государствам. К таким факторам относят:

1. Изолированность банковской сферы, призванной обеспечить стабильность национальной валюты, поддержание валютного курса и денежных платежей.
2. Ограниченность иностранных инвестиций международных финансовых организаций, таких как МВФ, ЕБРР и др., а так же отсутствие внешних займов, необходимых для финансирования социальных программ.
3. Непризнание другими странами документов, выдаваемых официальными органами власти.
4. Повышенная эмиграция трудоспособного и молодого населения из-за отсутствия определенности, стабильности, перспектив и др. [1].

Основными составляющими социальной политики Донецкой Народной Республики являются усиление материальной поддержки наиболее социально незащищенным слоям населения и своевременное предоставление им государственной помощи, повышение уровня и качества жизни граждан, обеспечение всеобщей доступности основных социальных услуг.

В Республике проводится активная работа по предоставлению целевой гуманитарной помощи семьям с детьми в возрасте до 3 лет, в виде продуктовых наборов, содержащих для определенной возрастной категории сбалансированные продукты питания. В 2018 году гуманитарную помощь в

виде детских продуктовых наборов ежемесячно получали около 34 тыс. детей.

С 2014 года на базе Министерства труда и социальной политики работает специально созданная Комиссия по оказанию помощи пострадавшим вследствие военных действий. По состоянию на 1 января 2019 года в базу получателей компенсационных выплат внесено почти 9 тыс. лицевых счетов. В период с 2014 по 2018 годы осуществлено только два этапа таких выплат на общую сумму 212 млн. руб. из необходимых 3,8 млрд. руб., что составляет менее 6 %. За 2018 год пострадавшим лицам выплачено около 52 млн. руб. [2].

В 2018 году денежная помощь ко Дню Победы ветеранам ВОВ и лицам, приравненным к ним, была выплачена более 33 тыс. получателей, на общую сумму 84 млн. руб. Следует также отметить, что одной из мер оказания социальной поддержки населению является социальное обслуживание, цель которой – обеспечить население доступными социальными услугами надлежащего качества, создающими благоприятные условия для развития и жизни человека. На территории Республики функционируют государственные учреждения, предоставляющие социальные и реабилитационные услуги населению. 32 территориальных центра социального обслуживания, которые предоставляют более 40 видов социально-бытовых, медико-социальных услуг; 7 центров социальной реабилитации для детей-инвалидов и отделения по социальной реабилитации инвалидов возрастом от 18 до 35 лет; 10 домов-интернатов. За 2018 год в указанных учреждениях различного вида социальные услуги получили более 50 тыс. человек.

Выводы. Решение задач, возложенных на всю систему социальной защиты населения, невозможно без эффективного регулирования со стороны законодательства. В настоящее время в Народном Совете Донецкой Народной Республики (на разных стадиях законотворческого процесса) находятся 13 законопроектов, направленных на улучшение социальной защищенности граждан.

Список литературы

1. <http://economy-lib.com/realizatsiya-gosudarstvennoy-sotsialnoy-politiki-v-usloviyah-vneshnih-ekonomicheskikh-ogranicheniy#ixzz5ophPwNMw>
2. <https://dnrsovet.su/doklad-larisy-tostykinoj-ob-itogah-raboty-ministerstva-truda-i-sotsialnoj-politiki-za-2018-god/>

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

ЛАВРУК Л.Г.,

ст. преподаватель,

кафедра высшей математики

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Система мотивации труда, под которой понимаются способы побуждения человека к высоким результатам труда путем взаимосвязи возможности удовлетворения его физиологических и интеллектуальных потребностей с результатами труда, его развитие и усовершенствование, является одной из центральных в экономическом механизме хозяйствующих субъектов. Макроэкономические процессы (стабильные, стимулирующие инвестиции и развитие производства, уровень инфляции и безработица) оказывают определяющее влияние на формирование системы стимулирования труда. Но эти факторы снижают свою действенность при переходе от уровня общества на уровень региона, отрасли, от них – до предприятия, и уже конкретный работник психологически достаточно абстрактно чувствует на себе влияние макроэкономических процессов, если они непосредственно его не затрагивают. При этом, как показали исследования, мотивация трудящихся в повышении эффективности труда растет по мере ее интеллектуализации.

Целью исследования является изучение теоретических положений, обоснование методических подходов и практических рекомендаций относительно использования современных систем мотивации работников на предприятии.

Изложение материалов основного исследования. Работник должен быть заинтересован в работе, которую выполняет, с целью удовлетворения собственных потребностей, потребностей семьи и организации. То есть мотивацию можно рассматривать как одну из важных функций управления, роль которой в условиях рыночной экономики возрастает. Система мотивации труда не может действовать, если уровень доходов основной массы работников, ниже границы бедности и минимального уровня, определенного государством (по оценкам специалистов в ДНР от 70 до 90% населения имеют доход, ниже границы бедности, а минимальная заработная плата в несколько раз ниже ее действительно необходимой величины).

Так как в экономике ДНР в условиях неопределенного международного статуса и внешних экономических ограничений еще не срабатывает фактор собственности, отсутствует участие работников в прибыли и капитале самого предприятия, мотивация труда может быть обеспечена в основном за счет заработной платы, которая должна выполнять воспроизводственную и стимулирующую функции. Это даст возможность повысить платежеспособность населения, расширить внутренний рынок и на этой основе обеспечить функционирование и развитие производства. Тем не менее, стоит отметить тот факт, что данный метод может быть использован с пользой только для краткосрочных повышений заработной платы на производстве, поскольку в конце концов происходят определенные накладки, или привыкание к данному виду мотивации. При этом влияние на работников только денежными методами не может привести к долгосрочному повышению эффективности производства. В западных странах, например, в системе оплаты труда используют метод

управления по целям, формирование системы грейдов с помощью балльно-факторной оценки должностей и другие.

Еще одним важным моментом в эффективном функционировании организации является корпоративная культура. Анализ совокупности факторов, методов и направлений деятельности предприятия, обеспечивающие ее эффективное развитие, подтвердил вывод о решающей роле корпоративной культуры, основанной на психологии формирования практического опыта, и представляет собой ценностные ориентиры этого опыта. Корпоративная культура опирается на базовые философские, социальные и моральные ценности коллектива, сосредотачивается на вопросах этики и поведения сотрудников, как экономическое явление возникает в результате взаимодействия самого предприятия и субъектов, причастных к его жизнедеятельности. Изучение вопроса дало возможность получить вывод о том, что корпоративная культура проявляется в тонких социально-психологических особенностях внутренней атмосферы субъекта хозяйствования: ценностях и целях высшего руководства; особенностях взаимоотношений в середине предприятия между руководителями и подчиненными; между работниками одного уровня управления; удовлетворением или неудовлетворением работников условиями труда, системой мотивации, возможностями осуществления карьеры и профессионального роста; стабильности или нестабильности кадрового состава предприятия; природой и количеством производственных конфликтов и т.д. Но, в первую очередь, корпоративная культура должна опираться на уважение законов и традиций участниками предпринимательской деятельности; честность и порядочность в деловых отношениях с партнерами, клиентами, конкурентами, потребителями; верность слову; высокое качество труда, в том числе управленческое; верховенство моральных норм.

На современном этапе развития республики растет роль и условий труда, как одной из самых важных потребностей работника. Поэтому улучшение

условий труда – одна из самых острых проблем на сегодня, ведь они являются не только потребностью, но и мотивом, побуждающим работать с определенной отдачей, быть одновременно фактором и следствием определенного производства труда и его эффективности.

Выводы. Система мотивации труда – это инструментарий, позволяющий с одной стороны через эффективное управление побуждать и стимулировать работников к развитию собственного интеллектуального и трудового потенциала, а с другой – содействовать инновационному преобразованию организации через мотивацию развития персонала.

ОРГАНЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ЛОСКУТОВА В.В.,

канд. наук гос. упр., доцент,

ПЛАТОВА А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На сегодняшний день Донецкая Народная Республика (далее «ДНР») представляет собой правовое государство, в котором функционирует система органов и институтов, обеспечивающие функционирование гражданского общества на основе прав, защиту прав и свобод каждого гражданина, рост экономики и духовное продвижение народа.

Целью исследования является изучение особенностей органов исполнительно власти в системе государственного управления ДНР.

Изложение материалов основного исследования. Орган исполнительной власти является частью государственного аппарата, который имеет свою структуру и совокупность полномочий для осуществления определенных управленческих функций, а также территориального масштаба деятельности. Он был сформирован в соответствии с законом и призван осуществлять повседневное управление экономической, социокультурной и административно-политической сферами.

Исполнительная власть и ее органы наделены непосредственным управлением государственными делами и функцией обеспечения соблюдения конституции, законов, принятых законодательным органом, ежедневной оперативной работы по государственному управлению социальными процессами в общественных интересах.

Согласно ст.9 Закона «О системе органов исполнительной власти ДНР» далее «Закон», органы состоят из:

- Совет Министров ДНР;
- министерства ДНР;
- государственные комитеты ДНР;
- службы ДНР;
- агентства ДНР;
- инспекции ДНР;
- иные органы исполнительной власти ДНР.

Совет Министров и другие органы исполнительной власти ДНР являются постоянно действующим высшим органом исполнительной власти ДНР.

В соответствии со ст.5 Закона ДНР органы взаимодействуют в формах: административного подчинения, согласования и координации, нормативного правового регулирования, заключения договоров и соглашений и т. п.

Исполнительная власть в соотношении с законодательной властью обеспечивают Республике функциональное развитие, каждому гражданину защиту своих прав и достойную жизнь.

Для того, чтобы законодательная и исполнительная ветви власти максимально взаимодействовали хорошо между собой, необходимо улучшить систему управления органов власти так, чтобы она изменилась в сторону большей автоматизации и информатизации процессов документооборота, обмена данными и других сфер деятельности. И при подготовке проектов нормативных актов, направленных на регулирование отношений, регулирующих их деятельность, следует также систематически и целенаправленно координировать их действия.

Орган исполнительной власти формируется в основном из должностных лиц, которые реализуют государственно-властные полномочия. В этом и заключается его особенность по сравнению с иными формами организации.

Благодаря структуре, любой исполнительный орган как стандартная система становится устойчивым и приобретает наиболее устойчивое выражение.

Структура любого органа исполнительной власти состоит из структурных единиц, которые иерархически подчинены

Должностные лица формируют орган исполнительной власти как организацию, отражающая системно-структурный характер данного органа.

Системно-структурный характер органов исполнительной власти, который сформировавшийся в процессе их организации, определяет их место и роль в системе государственного управления, с одной стороны, и в системе исполнительной власти, с другой.

Совокупность органов исполнительной власти как типовых систем принимает участие в образовании видовых систем, к которым относят единую систему исполнительной власти в Республики

Наряду с органами исполнительной власти, субъектами государственного управления выступают руководители иных государственных органов, государственных организаций и учреждений, органы местного самоуправления

реализующих государственно-властные полномочия на базе исполнительной власти в различных сферах общественной жизни.

Сегодня в исполнительную власть ДНР требуется привлечение молодежи, потому что у неё незаангажированный взгляд на жизнь. Это позволит молодежи непосредственно влиять на все процессы, которые происходят на территории нашей республики, а не только предлагать инициативы, как это происходит сейчас.

Что касается взаимодействия законодательной и исполнительной власти, то было выявлено несколько проблемных вопросов за время, прошедшее после провозглашения независимости ДНР. Из них можно выделить:

- низкий уровень взаимного обмена информацией
- отсутствие единого документооборота между Советом министров и Народным советом.
- отсутствие контроля и ответственности за некачественный подход к взаимодействию

Совет Министров должен взаимодействовать с Народным Советом следующим образом: направлять в Народный Совет ДНР нормативно-правовые акты в течении 7 дней после того, как их приняли, а также отчитываться о проделанной работе. Плюс ко всему депутаты должны иметь право присутствовать на заседаниях Совета Министров ДНР в установленном законом порядке. В свою очередь Народный Совет ДНР должен согласовывать назначение на должности лиц, определенных ст.76 Конституции ДНР, а также обеспечивать доступ членам Совета Министров ДНР и других представителей исполнительной власти к заседаниям Народного Совета ДНР. Также Народный Совет ДНР обязан проводить «правительственный час» с участием представителей Совета Министров ДНР, которые в свою очередь должны иметь возможность принимать участие в работе комитетов Народного Совета ДНР.

Выводы. Исполнительная власть должна быть гибкой и динамичной системой, которая будет взаимодействовать с другими подсистемами

государственной власти, которая в свою очередь будет адаптируемой к процессам социально-экономического характера. Исполнительная власть обязана быть готовой к адаптации, сохраняя при этом свою устойчивость и конституционность государственности в целом. Поиск путей решения проблем только с использованием политических перестановок, а также смену лозунгов или ситуационного управления, без решения коренных вопросов управления делами общества, всё это ведет только к усугублению ситуации в целом, расширению проблем, к разрушению производственного, научного и духовного потенциала общества.

Список литературы

1. Конституция ДНР.
2. Закон «О системе органов исполнительной власти Донецкой Народной Республики».
3. Россинский Б. В. Исполнительная власть и государственное управление // LEX RUSSICA, 2018, с 24-26. - <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolnitelnaya-vlast-i-gosudarstvennoe-upravlenie>
4. Токтогулов А. А. Исполнительная власть: понятие, сущность // Журнал Проблемы современной науки и образования, 2016. - <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolnitelnaya-vlast-ponyatie-suschnost>

МУНИЦИПАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФУНКЦИЯ МЕСТНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

МАКУЩЕНКО М.П.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра менеджмента строительных организаций

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия

строительства и архитектуры»,

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях хозяйствования невозможно представить себе продажу любого товара или услуги без их продвижения. Такого же продвижения требуют и территории. Поэтому маркетинговая концепция за последнее десятилетие приобретает все большую популярность и становится неотъемлемым элементом регионального и муниципального управления.

Проблемы маркетинга чрезвычайно актуальны на сегодняшний день, поскольку они касаются таких важных направлений, как: государственное управление и местное самоуправление, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность и стратегическое развитие регионов и городов.

Цель исследования – изучение особенностей и роли муниципального маркетинга в местном экономическом развитии.

Изложение материалов основного исследования. С позиций бизнеса маркетинг - это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления ценностей клиентам, а также управление отношениями с ними таким образом, который выгоден организации и ее владельцам. Для муниципалитета маркетинг имеет такие же признаки, только клиентами являются предприятия и инвесторы, а организацией – общество в целом, отдельные граждане и заинтересованные лица.

Конечная цель маркетинга - удовлетворение потребностей потребителей. В случае территориального маркетинга речь идёт об ориентации на жителей территории, инвесторов, гостей и других экономических субъектов, которые действуют либо могут действовать на данной территории.

Маркетинг является важным инструментом, с помощью которого создается имидж муниципалитета, формируется осведомленность, интерес и заинтересованность к нему со стороны новых предприятий и потенциальных инвесторов, а также местных предпринимателей и жителей. Инвесторы не выберут муниципалитет и не останутся в регионе, если не будут достаточно знать о нем и не будут уверены, что он может им что-то предложить. Более

того, инвесторы не задержатся надолго в муниципалитете, который, по их мнению, не является хорошим местом для расположения и ведения бизнеса.

Муниципалитеты используют маркетинг для достижения различных целей экономического развития, к основным из которых можно отнести следующие:

- 1) привлечение, сохранение и расширение существующих предприятий и инвесторов;
- 2) удержание уже имеющихся и привлечение новых жителей и туристов;
- 3) улучшение имиджа муниципалитета на региональном, государственном и международном уровне;
- 4) разработка и реализация муниципальных стратегий и программ [1].

Маркетинговая деятельность должна базироваться на стратегии, в процессе разработки, которой следует пройти такие этапы:

- 1) анализ ситуации;
- 2) определение целей и задач;
- 3) выполнение сегментации рынка;
- 4) проведение маркетингового исследования;
- 5) осуществление брендинга;
- 6) выбор инструментов маркетинга;
- 7) разработка критериев оценки;
- 8) составление бюджета;
- 9) разработка плана реализации [2].

Отсутствие эффективной маркетинговой стратегии и активной маркетинговой деятельности не позволяет в полной мере гарантировать устойчивое экономическое развитие территории.

К типовым маркетинговым инструментам относятся следующие: перспективные визиты; сайт муниципалитета; связи со СМИ; прямые рассылки; профиль муниципалитета; брошюры о муниципалитете; реклама и местные СМИ; выставки; социальные сети.

Маркетинговые инструменты позволяют:

- 1) охарактеризовать ресурсы муниципалитета, условия жизнедеятельности, качество муниципального управления;
- 2) оценить стоимость проживания и / или ведения деятельности в муниципалитете;
- 3) оценить расположение муниципалитета и его инфраструктуру;
- 4) организовать продвижение информации и создавать привлекательный образ ресурсов муниципалитета, условий жизнедеятельности и деловой активности.

Не все маркетинговые инструменты одинаково эффективны. Выбор осуществляется с учётом места и отрасли.

Выводы. В заключении следует отметить, что муниципальный маркетинг нужно проводить совместно с другими местными органами и организациями, которые также могут заниматься продвижением муниципалитета (гостиницами, технопарками и т.п.).

Таким образом, муниципальный маркетинг - это сложная инициатива, правильная реализация которой требует существенных усилий, умений и способностей. Разработка и осуществление четкой, всесторонней и стратегической маркетинговой кампании может помочь муниципалитетам дифференцировать себя на рынке с целью содействия местному экономическому развитию.

Список литературы

1. Акбюлов Р.И. Муниципальный маркетинг в управлении развитием территории // Муниципалитет: экономика и управление. 2014. №3 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/munitsipalnyy-marketing-v-upravlenii-razvitiem-territorii> (дата обращения: 16.10.2019).
2. Місцевий економічний розвиток – шлях до процвітання громади [Дж. Треллер, Б. Воронюк, Д. Хікман та ін.]: навчальний посібник. – К.: ТОВ «Макрос», 2014. – 124 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВХОДНЫХ ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА ЭСПЕРТНО-СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

МОВА Е.В.,

ассистент,

кафедры менеджмента

ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный

технический университет»,

г. Алчевск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. На современном этапе развития социально-экономических систем государства каждое предприятие должно стремиться оптимизировать свою систему управления с целью повышения экономической эффективности своей деятельности, сохраняя при этом социальную справедливость. Наличие девиаций в деятельности коллектива предприятия показывает необходимость определения ряда направлений развития каждого коллектива в зависимости от конкретной социально-экономической ситуации, сложившейся в нем. Системы управления в процессе своего развития должны ориентироваться на основные проблемы, мешающие эффективной деятельности предприятия.

Оценка эффективности механизма управления персоналом опирается на соотношение проводимых предприятием (отдельным структурным подразделением), на число завершенных (успешных, запланированных, проваленных и т.д.) мероприятий. Под мероприятием понимается отдельный

этап с определенным объемом работ и сроком его выполнения, а также завершенный процесс в целом (в зависимости от его сложности). Такими мероприятиями могут быть оформление договора, продажа продукта, проведение одной краткосрочной рекламной акции и т.п. Однако, определить качество выполнения мероприятия остается важной составляющей в системе организационной культуры. Но, какие методы в оценке качества мероприятий необходимо применять на современном этапе развития предприятий остается дискуссионным вопросом.

Целью исследования является обоснование применения экспертно-статистической оценки организационной культуры предприятия и определения входных параметров.

Изложение материалов основного исследования. Важным показателем эффективности механизма управления персоналом является своевременность и качество принятых управленческих решений и проведенных мероприятий. Этот показатель демонстрирует возможность и желание коллектива предприятия к расширению сферы деятельности и повышению эффективности работы своего предприятия.

В каждом предприятии, зависящем от поступления контрактов извне, успех деятельности напрямую зависит от квалификации и стремления его работников к заключению, по возможности, большего числа этих контрактов. Одновременно наличие такого стремления (желания) характеризует все управление, так как если не создается никаких стимулов или отношение руководства к работникам индифферентно, число успешно проведенных встреч, попыток продать товар фирмы, реализованных маркетинговых операций будет снижаться. Такая же картина будет наблюдаться и при излишней бюрократизации работы, ограничении самостоятельности принятия решения на нижних уровнях управления – большое число дополнительных согласований, сопутствующих документов, писем и записок.

Также, для оценки системы организационной культуры в механизме

управления коллективом предприятия большое значение приобретают прогнозы основных показателей на будущие периоды, особенно, если они опираются на изучение тенденций прошлой деятельности предприятия. Связь этой оценки с эффективностью системы управления осуществляется через прогнозирование деятельности предприятия по количеству событий и расходу фонда заработной платы.

Для формирования качественного и социально-ориентированного управления персоналом, учитывающего особенности саморазвития индивидуума, его стремления к самодетерминации в современном информационном социуме или сфере работы фирмы, необходимо учитывать фактор социально-экономической справедливости [1].

Современное предприятие должно предоставлять своим работникам ряд социальных гарантий, обычно подтверждаемых государством. Такими гарантиями могут быть различные политические и экономические ориентиры рационального состояния социального прогресса страны в целом. Они выступают ключевым понятием в достижении сбалансированной эволюции социального развития конкретного коллектива в частности, и предприятия в целом. Подобная социально-экономическая справедливость дифференцируется под влиянием конкретной социальной среды, географических, этических, этико-моральных, политических и других факторов.

Таким образом, для того, чтобы учесть это направление развития современных систем управления при оценке организационной культуры персонала, предлагается использовать показатель социально-экономической справедливости управления предприятием. Он содержит в себе ряд факторов, описывающих социально-экономическое состояние коллектива предприятия. Конфликтогенность управления описывает наличие проблем во взаимоотношениях работников предприятия всех уровней управления. Часть конфликтов, обычно, можно отследить по рапортам линейного руководства, по объяснительным или служебным запискам рядовых работников и т.п., однако

существуют конфликты, которые нигде не зарегистрированы. К ним относятся проблемы внутреннего характера, напряженности между конкретными людьми, а иногда и отделами. Оценить количество подобных проблем сложно, и для этого можно использовать методы опроса работников, стремление работников поменять отдел, коллектив.

Наличие конфликтов среди коллектива предприятия мешает качественному выполнению производственных задач и, следовательно, влияет на общую эффективность деятельности предприятия. Необходимо отметить, что любой коллектив имеет некоторый уровень конфликтности, т.к. человек существо био-психо-эмоциональное, поэтому целесообразно оценивать уровень конфликтности по отношению к проделанной работе.

Следующим фактором социально-экономической справедливости является премируемость работников предприятия. Большое число премируемых демонстрирует не только отношение руководства к работникам, но и эффективность работы предприятия. Большое число депремируемых говорит о проблемах с выполнением работниками своих функций или о жестких принципах управления.

Приемлемость системы управления коллективом на предприятии, в значительной степени характеризуется текучестью кадров. Если это не связано с проводимой на предприятии реформой структуры управления, то высокая текучесть кадров свидетельствует о малой привлекательности данного предприятия для работников. И, возможно, решение проблемы постоянных кадров повысит эффективность функционирования предприятия.

Организационная культура характеризуется, также, структурой управления, объемами информации, циркулирующей в ней, и информационной насыщенностью сообщений. Поэтому корректная оценка качества управления невозможна без учета этих показателей.

Для эффективной деятельности всего предприятия и функционирования управленческого аппарата, в частности, важно, чтобы регламентированность

работ не превышала разумных пределов. При осуществлении любой деятельности необходимо оперировать определенным пакетом документов и передавать объемы информации. Поэтому зависимость процесса принятия решения от иерархичной структуры управления существует всегда. Следовательно, отношение сложности принятия окончательного решения и требуемых для этого объемов информации, должно соотноситься с числом принятых решений. Таким образом, можно ввести показатель иерархичной управляемости с учетом объемов информации по уровням управления.

Исследования [2, 3] показали, что объемы образуемой информации по всем функциям, выполняемые структурой управления, зависят от некоторого круга характеристик предприятия, отражающих его масштабы, сложность выпускаемой продукции, степень кооперации звеньев и уровень их специализации. Перегруженность структуры управления непроизводственной информацией негативно сказывается на эффективности деятельности всего предприятия.

Структура управления всего предприятия будет, соответственно, изменяться в зависимости от процессов, происходящих в конкретных отделах и других, учтенных при расчете, структурных подразделениях. Оценив эффективность управления персоналом по отделам с помощью предлагаемой экспертно-статистической оценки, и внося соответствующие изменения в организационную культуру, можно повысить эффективность механизма управления персоналом. Кроме того, есть возможность определить взнос отдельных коллективов и индивидов в процесс деятельности коллектива предприятия в целом и учесть это при распределении результатов (создание дополнительных материальных стимулов).

Таким образом, можно определить основные входные параметры для применения метода экспертно-статистической оценки организационной культуры предприятия в направлении дальнейшего совершенствования механизма управления персоналом, учитывающие и экономическую, и

социально-политическую составляющие (табл.).

Таблица

Основные направления оптимизации (развития) управления предприятия

№ п/п	Входные параметры
1.	Эффективность экономической деятельности структурных подразделений за определенный период времени.
2.	Качество и своевременность принятых управленческих решений и проведенных мероприятий.
3.	Достоверность прогноза деятельности отдела по количеству событий и расходу фонда заработной платы.
4.	Социально-экономическая справедливость управления персоналом предприятия.
5.	Иерархичная управляемость, с учетом объемов информации по уровням управления.

В свою очередь, каждое из этих направлений оптимизации и развития управления обладает индивидуальным набором параметров. Эти параметры характеризуют проблемные участки, которые затрагивает это направление в процессе своего развития.

Выводы. Для проведения формализованной оценки организационной культуры предприятия, основанную только на знании отдельных числовых показателей, характеризующих его механизма управления персоналом, целесообразно применять метод экспертно-статистической оценки. При применении подобного метода необходимо обладать набором входных параметров, которые максимально полно характеризуют используемые принципы управления.

Список литературы

1. Николаев, Д.О. Проблемы управления персоналом в условиях кризиса / Д.О. Николаев // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2011 – С. 113-124
2. Методы проведения опроса экспертов [Электронный ресурс]. – режим

доступа: <https://economy-gu.info/info/173413/> (Дата обращения 20.09.19)

3. Кузьменко Т.В. Экспертный опрос как основа принятия управленческих решений / Т.В.Кузьменко // Социологический альманах – 2017. – С. 433-443.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ ЮГА РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ИХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

***МОХОВА Е.А.,
ст. преподаватель,
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный медицинский
университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации,
г. Ставрополь, Российская Федерация***

Постановка проблемы в общем виде. Как известно, устойчивое развитие региона, как и страны в целом, зависит от того насколько «комфортно» чувствуют субъекты малого и среднего бизнеса в регионе. Более того, устойчивому развитию региона способствует рост занятости населения региона, создание новых рабочих мест, в том числе и на базе новых технологий, то есть снижение социальной напряженности в регионе, что достигается развитием малого бизнеса. Однако, для большинства регионов России наметилась тенденция снижения числа малых и средних предприятий. Так, по данным экспертов делового журнала «Инвест-Форсайт», количество малых и средних предприятий снизилось на 6,1 процента и 7,3 процента за 2018 год. Эта тенденция характерна для большинства регионов России. Так, за 2018 год число малых предприятий снизилось в 78 регионах, и в 55 регионах – число средних предприятий [1]. Регионы Юга России (регионы ЮФО и СКФО) также подвержены общероссийской тенденции. Подробный анализ состояния малого бизнеса в регионах Юга России был проведен автором ранее [2]. Выход из

создавшейся ситуации не возможен без помощи государства. Которая, прежде всего, выражается в формировании инфраструктуры развития малого бизнеса.

Цели исследования. Проанализировать состояние инфраструктуры развития малого бизнеса в регионах Юга России и разработать направления увеличения доли малого бизнеса в регионах и повышения его эффективности для обеспечения устойчивого развития региона.

Изложение материалов основного исследования. В каждом из регионов Юга России существует либо отдельная программа государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, как в Астраханской области, г. Севастополе, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Северная Осетия-Алания, Чеченской Республике, либо подпрограммы программы и развития малого и среднего предпринимательства, как в остальных регионах южного макрорегиона. Организации региональной инфраструктуры поддержки субъектов МСБ регионов Юга России оказывают информационную, имущественную, консультационную и финансовую поддержку малым и средним предприятиям. Кроме того, для них специальные налоговые режимы, позволяющие оптимизировать систему учета и налоговых платежей, а на региональном уровне установлены налоговые льготы и пониженные налоговые ставки.

В регионах Юга России созданы «Бизнес-навигаторы МСП» – интернет-ресурсы, целью создания которых является помощь субъектам, которые планируют открыть или расширить бизнес. Действует в режиме «одного окна». Позволяет рассчитать примерный бизнес-план, оформить кредит и гарантию, узнать о мерах поддержки субъектов МСП, найти помещение в аренду для создания бизнеса и т.д.

Так же в регионах Юга России созданы объекты инфраструктуры оказания финансовой помощи МСП, осуществляющие финансирование и микрофинансирование малых и средних предприятий, осуществляющие поручительство гарантийным фондом кредитования субъектов МСП

соответствующего региона. Так, в Астраханской области это Микрокредитная компания «Астраханский фонд поддержки малого и среднего предпринимательства», АО «Астраханский залоговый фонд»; в Волгоградской области – Ассоциация (некоммерческое партнерство) «Гарантийный фонд Волгоградской области», Государственный фонд «Региональный микрофинансовый центр», Фонд микрофинансирования предпринимательства Волгоградской области, Фонд «Перспективное развитие Волгоградской области»; Фонд микрофинансирования предоставляет микрозаймы субъектам МСП и Фонд развития бизнеса Краснодарского края; Автономная некоммерческая организация – микрофинансовая компания «Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства», Центр поддержки предпринимательства «Бизнес-Экосистема», открытый на базе АНО «Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства», Некоммерческая организация «Гарантийный фонд Ростовской области», Муниципальные фонды поддержки малого предпринимательства и фонды местного развития, осуществляющие микрофинансовую деятельность в форме предоставления займов субъектам малого и среднего предпринимательства; Некоммерческая организация «Фонд поддержки предпринимательства в Ставропольском крае», Некоммерческая организация микрокредитная компания «Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства в Ставропольском крае», ГУП Ставропольского края «Гарантийный фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Ставропольского края». Аналогичные организации созданы и в остальных субъектах южного макрорегиона.

Имущественную, инжиниринговую и другие виды государственной поддержки оказывают АУ АО «Астраханский областной инновационный центр», включающий бизнес-инкубаторы, центр кластерного развития, региональный центр инжиниринга, центр инноваций социальной сферы, «МФЦ для бизнеса», ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в

научно-технической сфере», АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» Астраханской области; ГАУ Волгоградской области «Волгоградский областной бизнес-инкубатор», Центр инжиниринга Волгоградской области, Центр поддержки предпринимательства Волгоградской области, Центр инноваций социальной сферы Волгоградской области, ГКУ Волгоградской области «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг». В Краснодарском крае работают следующие организации инфраструктуры поддержки субъектов МСП: Центр поддержки предпринимательства; Коворкинг-центр; «Школа молодого предпринимателя». В Ростовской области – бизнес-инкубаторы и промышленный коворкинг «Гараж». Подобные организации созданы во всех регионах Юга России.

Однако, несмотря на существование инструментов финансовой поддержки субъектов МСП в регионах Юга России, в них отсутствуют инструменты финансовой поддержки предпринимателей, находящихся в сложной экономической ситуации. В регионах Южного макрорегиона оказывается имущественная поддержка субъектов МСБ: «малышам» предоставляется в аренду федеральное, региональное и муниципальное имущество. Однако возможности долговременной и более эффективной аренды площадей для МСП, особенно, начинающих свое дело и находящихся на этапе роста, используются не достаточно активно. Не во всех регионах Юга России существуют проекты по развития молодежного предпринимательства и социального предпринимательства. Кроме того, не в полной мере разрабатываются проекты поддержки экспортиориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства. В регионах Юга России создаются бизнес-инкубаторы, как один из элементов инфраструктуры поддержки субъектов МСП. Однако в большинстве регионов их создано не достаточно, что не позволяет в полном объеме оказывать поддержку субъектам МСБ. Таким образом, существующие меры поддержки субъектов малого и среднего

предпринимательства явно недостаточны. Об этом говорит и снижение количества малых и средних предприятий, о чем говорилось выше.

Выводы. С целью увеличения доли малого бизнеса в регионах и повышения его эффективности для обеспечения устойчивого развития регионов Юга России необходимо: 1) облегчить процедуру получения субъектами малого и среднего предпринимательства субсидий на открытие и осуществление деятельности, участия в программах софинансирования и микрофинансирован, расширить спектр программ финансовой поддержки субъектов МСБ различных направлений (для открывающих свое дело; молодых предпринимателей; женщин-предпринимателей; предпринимателей в области социального предпринимательства и т.д.) и программ субсидирования отдельных затрат: на приобретение оборудования, на участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях, развитие межрегиональных и международных связей и пр.; 2) разработать программы поддержки субъектов МСП, испытывающих трудности в осуществлении своей деятельности: организация курсов по антикризисному управлению, гранты на диверсификацию производства; 3) расширить доступ субъектов МСБ к информационным ресурсам: актуализация информации на региональных бизнес-порталах; облегчение доступа к ним; развитие и расширение информационных ресурсов на Интернет-страницах и веб-сайтах объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса; реализация доступа к информации о деятельности институтов развития; создание новых баз данных для субъектов МСБ; совершенствование и создание новых информационно-консультативных ресурсов развития предпринимательства; 4) совершенствовать систему образовательной поддержки малого и среднего бизнеса, организация и расширение курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки руководителей, специалистов и сотрудников; 5) создавать новые объекты инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (бизнес-инкубаторы, технопарки, индустриальные

парки), а также упрощение доступа к более дешевым и доступным объектам коммунальной инфраструктуры.

Список литературы

1. Даничев А. Малый бизнес пошел ко дну в большинстве регионов // Деловой журнал Инвест-Форсайт. Режим доступа URL: <https://www.if24.ru/malyj-biznes-poshel-ko-dnu-v-bolshinstve-regionov/>).
2. Мохова Е.А. Значение малого бизнеса для экономики регионов Юга России // Теория и практика экономики и предпринимательства / Труды XVI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции / под ред. проф. Апатовой Н.В. Симферополь-Гурзуф, 18-20 апреля 2019 года. Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2019. 298 с. С. 100-101.

PRODUCT PLACEMENT AS A UNIQUE ADVIRTISING TECHNOLOGY

ОБОДЕЦ Р.В.,

д-р экон. наук, доцент, профессор,

ПАСТУШЕНКО С.Я.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Strategic planning plays a key role in solving the strategic objectives of the organization, which is understood as the process of developing and maintaining a strategic balance between the goals and capabilities of the organization in changing market conditions. The purpose of strategic planning is to identify the most promising areas of the organization, ensuring its growth and prosperity.

Marketing plays an important role in strategic planning because it provides important information needed to develop a strategic plan. In strategic planning and marketing, several analytical approaches have been developed that make it possible to solve the problems of assessing the current state of individual activities and prospects for their development.

Advertising is increasingly part of our lives. But people relate and remember it different. This is due to different approaches to education, level of education and environment of the people.

The relevance of the research topic due to the fall of the effectiveness of direct advertising and finding other ways of advertising exposure on the consumer. This is confirmed by numerous studies of the relationship to advertising.

The audience was competent and more discerning which increases the demands on the advertising and reduces its effectiveness. This leads to a gradual increase of professional level of producers of advertising and to actively search for other ways to attract consumers to the product.

This is due to the active development of the Product Placement.

The aim of this work is to determine the significance of Product Placement in the brand communications and brand promotion .

We set ourselves the following tasks:

1. To give a definition of Product placement;
2. Learn the history of the development of this type of hidden advertising;
3. To perform Product placement as a unique technology for the management of consumer behavior;
4. To allocate Product placement components that define this type of activity as a brand communication.

Based on Wikipedia, Product Placement (PP) is a special advertising technique, which is a the implicit influence on the consumer, through the use of in movies, books, television shows, computer games, product lines, brands, images of a particular company. [1]

Product placement appeared in America in the last century, where technology management consumer behavior originated and developed in the studios. At the initial stage of the development of hidden advertising was used in various genres of art. One of the first electronic media channels was the radio. The emergence of product placement can be explained by the lack of funds for production of the first movies whose creators were looking for ways to get free props and approached the producers with requests to provide them with the necessary things.

Foreign PP are typical competent and unobtrusive approach to the use of this technology, which in result increases the profit of the advertised company.[2]

Initially, the sphere of application of product placement had been confined films and a television series. Today there are more channels for the dissemination of hidden advertising. However, the effect of PR depends on the correct choice of tool. There are three basic types of Product Placement visual, verbal and dynamic.

Visual Product Placement is characterized by the appearance of the brand on the screen. Screen placement has a certain level, depending on the frequency of appearance of the attributes of the brand on the screen. Examples of visual accommodation are: flashing in the frame of shop Windows, restaurants, "accidentally" snatched the camera detail with easy to read logo, neon logo, or a bright sign, which draws attention to the heroine, walking down the street.

Verbal phrases (dialogue), which advertises a product, service or company when an actor or "voice-over" refers to the product advertised. An example of such accommodation is a replica of Forrest Gump in the film in the episode after the visit to the White House: "the Best during the meeting with the President was that you could drink Pepper as much as you want!".

Non-verbal, which is an inherent property of a product. As an example of this type of PP is perfect scene from the epic about Indiana Jones. In several scenes the main character used a lighter company Zippo, which the audience perceived the characteristic click.

Kinesthetic (usage of product placement,) — this has always been the most popular, because it is not always easy to create an image using only image or sound number. an example of such a PP is advertising Amazon.com in many favorite TV series "Sex in the big city".[3]

The latter type includes both visual and auditory types. Kinesthetic type, as a rule, is for company's brands best. This is confirmed by the data of the leading European research.

Product Placement effective for many businesses. It is successfully used by manufacturers of consumer goods, restaurants, shopping and business centers, private clinics, construction companies, Telecom, insurance, financial and other service sector companies, political figures.

PP technology allows to solve the following set of tasks:

- the formation of brand image;
- increase consumer loyalty to the brand;
- informing about the features of the product and the intricacies of its use;
- transfer the emotional component of the brand.

Literature:

1. [Электронный ресурс]. — Режим доступа:
<https://ru.wikipedia.org/wiki/Продакт-плейсмент>

2. Березкина О. Product placement — Технологии скрытой рекламы / О. Березкина. — Питер, 2009. — 224 с.

3. Технологии применения product placement в продвижении брендов [Электронный ресурс]. — Режим доступа:
http://turbosseo.net.ua/blogue/product_placement_1.htm

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ

ОБОДЕЦ Р.В.,

д-р экон. наук, доцент, профессор,

ПРОЦЕНКО А.Ю.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Система стратегий различного типа, формируется и разрабатывается организацией с учетом специфики функционирования и развития данной организации, называется «стратегическим набором» организации.

Сущность стратегического решения большинство топ-менеджеров процветающих организаций объединяют со стратегическим мышлением, которое базируется на понимании, прежде всего «...руководителями и всем персоналом собственной ответственности за долгосрочное существование и развитие предприятия ...» [1]. Чем выше стратегический уровень, тем шире поле возможностей принятия стратегических решений, но одновременно и тем больше требований выдвигается к руководящему составу предприятия.

Цель исследования – рассмотреть теоретические положения стратегии диверсификации и ее обоснованное принятие топ-менеджментом компании.

Изложение материалов основного исследования. Основным методический подход к организации диверсификации авторами исследования выделяется в формировании стратегического уровня. То есть концептуальные основы принятия стратегических решений и их успешность раскрываются не внутри компании, а вне ее, то есть достижение поставленных целей в долгосрочной перспективе связывается с тем, насколько удачно компания и ее управленческий состав приспосабливается к внешнему окружению. Сумеет ли фирма распознать угрозы для ее существования, будет устойчива к воздействиям внешней среды.

Второй методический подход к организации диверсификации должен учитывать жизненный цикл организации. В работах американского исследователя И. Адизеса [2] предлагается кривая жизненного цикла организации, а этапы ее развития автор называет по аналогии с ростом человека (рис.1).



Рис. Стадии жизненного цикла организации (по И. Адизесу) [2]

Весь цикл жизни поделен на две части - рост и старение. По И. Адизесу, сделан вывод о том, что любое предприятие обречено на смерть. Таким образом, теория И. Адизеса концентрирует свое внимание на двух важных параметрах жизнедеятельности организации: гибкость и контролируемость в

процессе построения стратегии диверсификации и ее реализации. Общеизвестно, что молодые организации очень гибкие и мобильные, но слабо контролируемы, поэтому, когда организация растет, соотношение меняется – контролируемость увеличивается, а гибкость уменьшается. Основной линией на рис. 1 выделены фазы роста, пунктирной – фазы старения, ломаной линией обозначены переломные, так называемые проблемные участки развития организации.

Также кривыми линиями обозначены альтернативы развития предприятия, ведущие к преждевременной смерти. Понимая, на какой стадии жизненного цикла находится компания, можно применять матрицу ADL (разработана известной в области управления консалтинговой компанией Артур Д. Литл). Такая матрица сегментами четыре на пять дополняется тщательно продуманным набором стратегических альтернатив и соответствующих решений.

Таким образом, нельзя отвергать тот факт, что существует ряд правил и рекомендаций по стратегическому анализу проблемы и выбора соответствующего решения. Стратегическое решение больше является своего рода искусством топ-менеджеров работать на определенных стадиях развития организационной структуры управления. В связи с вышеизложенным необходимо обосновать теоретико-методические основы формирования механизма принятия управленческих решений на примере предприятия сферы строительства и предоставления услуг аренды жилых и не жилых помещений.

Предприятия строительного комплекса с учетом постоянно меняющейся внешней среды стремятся к долговременному успеху причем, большое внимание в стратегическом управлении уделяется формированию научно-технического потенциала [3]. Важным вопросом в этом процессе является обеспечение принятия рациональных управленческих решений относительно диверсификации деятельности с низким процентом отклонений от полученного диапазона решений. Это очень важно, поскольку результат научно-технических

работ в контексте выбранной диверсификационной стратегии является величиной вероятной, а затраты на его получение носят реальный характер. Поэтому, принимая решение об осуществлении научных исследований в сфере машиностроения надо учитывать возможные последствия, связанные с невозможностью использования полученных научно-технических знаний в производстве в определенном периоде, необходимость дополнительного финансирования работ и другие факторы.

Именно совокупность этих проблем, которые в основном являются необоснованными с научной точки зрения, формирует составляющие механизма принятия стратегических решений относительно направления диверсификации: анализ существующих подходов к решению проблемы многокритериальности при принятии стратегических решений по выбору направлений научных исследований и координации управленческого воздействия в процессе осуществления научно-технических исследований и реализации их результата, а также формирование более рационального подхода к решению проблемного вопроса.

Выводы. Таким образом, необходимо отметить, что на пути поиска эффективного механизма принятия стратегического решения возникает ряд вопросов, которые не рассматриваются современными учеными. Поиск оптимальных механизмов принятия стратегического решения должен продолжаться, при этом актуальным является как использование достижений отечественных, так и зарубежных ученых. Итак, в современный период действуют объективные факторы, приводящие к усложнению задач принятия управленческих решений, особенно в такой сфере как машиностроение. Современная социально-экономическая ситуация в машиностроительной отрасли характеризуется достаточно высоким уровнем сложности отношений, неопределенности информации о характеристиках экономических объектов, динамики происходящих процессов. Расширяются масштабы социально-экономического взаимодействия, более сложными и разветвленными

становятся экономические, финансовые, социальные, информационные, технические, организационные связи, все это требует поиска новых методов принятия стратегических решений.

Список литературы

1. Друкер П. Классические работы по менеджменту; Пер.с англ. - 2-е изд. - М.: Альпина Паблишер. 2015. – 356 с.
2. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпораций/ пер. с англ. Под ред. В.Кузина. - М. Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 339 с.
3. Антонец В.Л., Нечаева Н.В. и др. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. М.: 2009 – 376 с.

ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УСТРОЙСТВА ГОРОДА

ОБОДЕЦ Я.В.,

канд. наук гос. упр., доцент,

ЛАПАУХОВА В.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Для осуществления эффективного управления городом, или государством в целом, необходимо знать и понимать какие территории составляют это государство и как распределена власть на этих участках.

Административно-территориальным делением называют разделение общей территории государства на административно управляемые части (административно-территориальные единицы). Главными процессами административно-территориального устройства можно назвать увеличение или уменьшение числа административных единиц, их укрупнение и разукрупнение, присоединение или отсечение от них участков территорий.

Целью исследования является изучение основных понятий и принципов административно-территориального устройства, а также рассмотрение административно-территориального деления Донецкой Народной Республики. Задачами работы являются выявление основных проблем территориального устройства ДНР и поиск путей решения этих проблем.

Изложение материалов основного исследования. В современном мире, в условиях многоукладной экономики наши города все больше страдают от недостаточного знания администрацией технологий управления устойчивым развитием территорий, от отсутствия системных представлений о современных методах управления социально-экономическим развитием города. Быстрый переход к многоукладной экономике в современных условиях поставил сложные проблемы перед администрацией городов.

Старые директивные методы управления развитием территорий в новых условиях не работают. Для этого необходимы принципиально иные инновационные технологии. Без знания и владения этими технологиями бессмысленно говорить об эффективном и устойчивом социально-экономическом развитии территории городов.

Администрация городов должна руководить составлением планов развития территорий, вырабатывать оптимальную структурную политику управления городом, искать инвесторов, чьи интересы могут быть встроены в контекст общегородской структурной политики. Исполнительная и представительная ветви городской власти должны взять на себя ответственность за формирование

«образа» города и выработать политику воплощения этого образа в реальности [3].

Сегодня территориальное образование рассматривается как ключевой предмет системы государственного управления. Оно пространственно базируется в пределах сложившегося административно-территориального устройства страны. Исходя из размеров территории, ее географических, культурных и исторических особенностей территориальное образование можно разделить на несколько уровней: государство, регион и населенные пункты (территориальные поселения) [5].

Можно выделить ряд признаков территориального образования, которые обуславливают его способность к независимому функционированию и исполнению структурообразующих функций, которые формируют его целостность и способность к самовоспроизводству. В список этих признаков входит по меньшей мере пять составляющих: границы, собственность, органы легитимной власти, бюджет и население. Наличие этих составляющих дает возможность самодостаточности территориального образования, независимо от уровня, на котором оно представлено: государственном, региональном или местном. Благодаря совокупности этих элементов, между уровнями государственного и муниципального управления есть возможность сохранить режим взаимной адаптации, прозрачности и открытости. Таким образом достигается гармонизация государственных и местных интересов [4].

Рассмотрение основных признаков территориального образования дает возможность представить практику государственного и муниципального управления в виде единой, цельной системы.

По структуре государственного управления, население выбирает власть, которая, в свою очередь, устанавливает отношения собственности, в пределах географических границ, на которых проживает данное население. Владея собственностью, власть формирует бюджет, определяющий основу взаимодействия населения с этой собственностью. Это взаимодействие

осуществляется в виде спецификации прав собственности разными группами населения, которые владеют разными долями в собственности территориального образования, и соответственно этому имеют возможность оказывать воздействие на власть.

Можно выделить несколько принципов, на которых основывается административно-территориальное устройство:

максимальное соответствие системе расселения жителей, которая исторически сложилась на данной территории и тенденциям ее развития;

создание необходимых условий в области экономики, финансов и организации управления для создания и эффективной деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, а также вовлечение граждан в их работу;

рациональное использование природных ресурсов и материальных благ, развитие инженерных и коммуникационных сетей, а также социальной инфраструктуры;

содействие обеспечению хорошей и экологически безопасной среды для проживания и жизнедеятельности населения;

поддержка и развитие культуры нации, её обычаев и традиций, всех видов хозяйственной деятельности национальных и этнических групп, которые проживают в области;

вовлечение населения в обсуждение и принятие решений по вопросам административно-территориального устройства [1].

Территориальное устройство Донецкой Народной Республики базируется на принципах единства и целостности территории государства, взаимодействия таких понятий как централизация и децентрализация в осуществлении управления государством, субсидиарности, баланса социальной и экономической части развития региона, с учетом его истории, экономики, экологии, географии, демографических особенностей, а также этнических и культурных традиций.

Согласно статьи 54 Конституции ДНР, Территория Донецкой Народной Республики определяется границами, существовавшими на день ее образования. Её административно-территориальными единицами являются районы и города республиканского подчинения.

В Донецкой Народной Республике имеются районы: Александровский, Амвросиевский, Артемовский, Великоновоселковский, Волновахский, Володарский, Добропольский, Константиновский, Красноармейский, Краснолиманский, Марьинский, Новоазовский, Першотравневый, Славянский, Старобешевский, Тельмановский, Шахтерский, Ясиноватский.

Городами республиканского подчинения в ДНР являются: Авдеевка, Артемовск, Горловка, Дебальцево, Дзержинск, Димитров, Доброполье, Докучаевск, Дружковка, Енакиево, Ждановка, Кировское, Константиновка, Краматорск, Красноармейск, Красный Лиман, Макеевка, Мариуполь, Новогродовка, Селидово, Славянск, Снежное, Торез, Угледар, Харцызск, Шахтерск, Ясиноватая [2].

Город Донецк имеет специальный статус, который определяется законом Донецкой Народной Республики.

На данный момент, рассматривая административно-территориальное устройство ДНР, можно выделить одну основную проблему: нестабильная политическая ситуация в регионе. Это является причиной частых изменений в законодательной части и в определении границ государства. Это, в свою очередь, мешает управляющему аппарату стратегически планировать развитие города и республики.

Выводы. Таким образом, при изучении административно-территориального устройства Донецкой Народной Республики, была выявлена одна проблема – неопределенность. Для её решения необходимо дать республике развиваться самостоятельно, без посторонних вмешательств. В таком случае будет возможно четкое определение границ и стратегическое планирование развития государства.

Список литературы

1. Государственное и муниципальное управление: справочник / [Глазунова Н. И. и др.]; под ред. Глазуновой Н. И. и др. — М.: Магистр, 2016. — 495 с. — Библиогр.: с. 4810 - 494.
2. Конституция Донецкой Народной Республики [электрон. источник]. - <https://dnrsovet.su/konstitutsiya/>
3. Манюшис А.Ю., Барсуков И.Е. Регулирование устойчивого развития крупного города: проблемы, пути реформирования, инновации. – Москва. 2016. – 315 с.
4. Управление государством: проблемы и тенденции развития / Рос. ассоциация полит. науки; [гл. ред. А. И. Соловьев]. — М.: Рос. полит. энцикл. (РОССПЭН), 2014. — 510 с.
5. Чиркин, В. Е. Государственное управление: элементар. курс [для вузов]. — М.: Юрист, 2017. — 318 с.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ГОРОДА

ОБОДЕЦ Я.В.,

канд. наук гос. упр., доцент,

МОСКАЛЁВА О.Л.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Инвестиции, как один из наиглавнейших составляющих экономики, образуют базу развития города. От структуры, масштабов вложений и эффективности применения инвестиционного потенциала во многом зависит степень развития города, его возможности и перспективы. Взаимная обусловленность процессов

экономического роста и инвестиционной энергичности определяет большой смысл вопросов управления вложениями.

Проблемы инвестиционного потенциала города всегда были наиболее актуальными для социально-экономического и инвестиционного развития города. Значимость и актуальность данных проблем не оспаривается ни наукой, ни практикой, так как от конкретной концепции инвестиционной политики и стратегии, обуславливается вероятность применения основных моментов инвестиционного потенциала территории.

В статье рассматриваются особенности инвестиций и инвестиционного потенциала города в условиях кризиса, а так же основные задачи инвестиций, что является особо актуальным для успешного развития инвестиционного потенциала Донецкой Народной Республики (далее – ДНР).

Целью исследования является систематизация представлений о сущности инвестиций как экономической категории, исследование экономической категории «инвестиции», определении их функций в современных экономических условиях.

Изложение материалов основного исследования. Управление и планирование инвестиционными процессами должно гарантировать эффективное и действенное использование конкурентных преимуществ города. По мнению специалистов рейтингового агентства «Эксперт РА», совершенствование инвестиционного потенциала невозможно без разработки стратегии социально-экономического и инвестиционного развития города и городских образований [8].

Е.П. Хокшанова определяет инвестиционную стратегию как инвестиционную деятельность города в течение длительного времени, которая содействует экономическому развитию и ее переходу в новое и качественное положение [11, с.34]. Инвестиционную стратегию как совокупность инвестиционных средств, способов, ресурсов и инструментов влияния на

инвестиционные процессы в городе, для достижения целей инвестиционного становления региона так же рассматривала М.И. Самогородская [10, с.49].

П. Массе заявлял, собственно, что инвестирование это – «акт обмена удовлетворения нынешних потребностей на ожидаемое их удовлетворение в будущем с поддержкой инвестиций» [7, с. 27]. Кейнс Дж. М считал, собственно, что вложения — это «прирост значения имущества в результате производственной деятельности за какой-либо период, некая доля денег за конкретный этап, которая не была применена для потребления» [4, с 117]. Инвестиции «включают прирост ценности имущества независимо от того, состоит ли последнее из основного или оборотного капитала» [4, с.120].

В настоящее время в ДНР не принят закон об инвестициях. Следовательно, в соответствии с Постановлением Совета Министров ДНР от

02.06.2014 г. № 9-1 «О применении Законов на территории ДНР в переходный период» [9], воспользуемся определением понятия из украинского законодательства. Под инвестициями подразумевается все облики материальных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской деятельности, достигается финансовая выгода, социальный или же иные эффекты [3].

Поэтому, инвестиции – это процесса накопления социально-денежных средств и предполагают собой средства, вовлеченные оборот для получения выгоды или же общественного эффекта. В широком значении, инвестиции – это вложение денежных средств ради получения выгоды, финансовой выгоды или же иного нужного эффекта.

Инвестиционный потенциал представляет собой набор факторов, которые определяют стимулы и способности к наращиванию масштабов деятельности на основе инвестиций, создания рабочих мест и активного участия в массовой конкуренции [2, с. 1].

Инвестиционная привлекательность города складывается из 2-х характеристик: инвестиционного потенциала и инвестиционного риска.

Инвестиционный риск демонстрирует возможность потери вложений и выгоды от них. Ведущими его характеристиками и показателями считается защищенность и безопасность прав собственности, уровень доверия инвесторов к судебной системе, степень коллективного управления, степень криминализации экономики и развитость банковской системы. Подходы исследователей к расшифровке понятия «инвестиционного потенциала» заметно выделяются. В работах В.В. Бочарова инвестиционный потенциал рассматривается сквозь категорию инвестиционного спроса [1, с.134].

Инвестиционный потенциал города определяет стабильность, размер, структуру и динамику привлекаемых вложений. Под инвестиционным потенциалом понимается система финансовых отношений меж субъектами рыночной экономики в процессе и по поводу возможности заинтересовать необходимый размер вложений и эффективно их применить в условиях конкурентной рыночной экономики. Для того чтобы расценить инвестиционный потенциал, необходимо произвести соотношение объема привлеченных вложений из внутренних и внешних источников за конкретный этап с производственной мощностью города.

Коваленко Д.Л в своей работе «Управление инвестиционными затратами». писал, что существует огромное количество определений к понятию инвестиции, общими моменты является:

- под инвестиции понимается значительные финансовые вложения;
- выгода от инвестиций может быть получена в течение какого-то времени;
- при оценки результатов должно учитываться: показатели неопределенности и риска [5, с.79].

Инвестиции осуществляют для решения экономических и социальных задач [6, с.27]:

- развитие и расширение производства для роста доходов и стабильного функционирования в будущем;

- обновление основных производственных фондов, недопущение большого уровня физического износа оборудования;
- повышение технического уровня производства, путём внедрения новых технологий;
- повышение качества продукции и обеспечение конкурентоспособности и т.д.

Особая роль инвестиций в современных условиях связана с глобализационными процессами, которые дают возможность обеспечить быстрое экономическое развитие путем внедрения новейших технологий и реализацию наиболее эффективных проектов, пользуясь иностранным опытом и разработками. Инвестирование позволяет максимально реализовывать экономический и социальный потенциал за счет привлечения необходимого капитала. Вопросы инвестиционного потенциала города играют важную роль для установления новых хозяйственных связей и восстановления промышленного потенциала Республики. Для реализации данной задачи Постановлением Совета Министров от 02.12.2015 г. № 23-3 была принята Концепция инвестиционного сотрудничества в Донецкой Народной Республике, определён и установлен порядок рассмотрения обращений потенциальных инвесторов и согласования инвестиционных проектов в рамках инвестиционного сотрудничества [9].

Выводы. В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что инвестиции – это все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и иных видов деятельности, в результате чего достигается финансовая выгода и общественный эффект. Инвестиции в ДНР требуются для технического перевооружения и модернизации предприятий угледобывающей, металлургической промышленности и машиностроения уже существующих предприятий. А может – на новые проекты, что даст возможность наполнить внутренний рынок отечественной продукцией и создаст новые рабочие места.

Большая часть предприятий являются социально значимыми для населения Республики, а так же являются значимыми на стратегическом уровне для экономической политики республики и решения социальных задач предприятий легкой промышленности.

Список литературы

1. Абыкаев Н.А., Бочаров В.В. Региональное управление. Зарубежный опыт / Н.А. Абыкаев, В.В. Бочаров. – М., 2009.
2. Григорьев, Л. Инвестиционный климат в России (доклад к 15 съезду РСПП) экспертный институт / Л. Григорьев / Вопросы экономики. – М., 2006. – № 5. – С. 48 – 77.
3. Закон Украины «Об инвестиционной деятельности» от 18.09.1991 № 1560-XII (с измен. и дополн.). Инвестиционная деятельность в Украине: Нормативные документы / под ред. Н. Роина. – К.: КНТ, 2015. – 192 с.
4. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. / Дж.Кейнс. – М., 2010. – 352 С.
5. Коваленко, Д.Л. Управление прединвестиционными затратами: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: 380301 «Экономика. Бакалавриат»; 380401 «Экономика. Магистратура» / Д.Л. Коваленко; Российская акад. естествознания. – М.: Изд. дом Акад. Естествознания, 2014. – 177 с.
6. Мартынова, Н.С. Сущность и классификация инвестиций / Н.С. Мартынова // Международный бухгалтерский учет. – 2017. – № 2. – С. 26–29.
7. Массе, П. Критерии и методы оптимального определения капиталовложений. / П.Массе // М. – 2013. - 503 С.
8. Официальный сайт агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/>
9. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 02.06.2014 № 9-1 «О применении Законов на территории ДНР в переходный период» (с измен.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://supcourt->

dpr.su/zakonodatelstvo/postanovlenie-soveta-ministrov-doneckoy-narodnoy-respubliki-o-primenenii-zakonov-na

10. Самогородская, М.И. Управление региональной инвестиционной системой / М.И.Самогородская // Современное управление. 2016. № 9. С. 41-57.

11. Хокшанова, Е. П. Формирование социально-ориентированной инвестиционной стратегии региона: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. П. Хокшанова. – М.: Фин. Академия при Правительстве РФ, 2015. – 124 с.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ОБОДЕЦ Я.В.,

канд. наук гос. упр., доцент,

ХАЛЕПА А.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В последние десятилетия наиболее остро проявляется потребность в стратегическом развитии городов. Причина – высокий процент дотационных муниципальных образований, передача государственных функций на муниципальный уровень без достаточного обоснования ресурсной базы, регулярная смена властных структур.

Цель исследования. Рассмотреть теоретические основы организации управления города в современных условиях.

Изложение материалов основного исследования. Под управление развитием города принято понимать процесс целенаправленного воздействия на внутренние и внешние связи города, а также выбранные параметры развития

для достижения определенных значений. Важным элементом региональной политики является регулирование экономики и социальных отношений в городах.

Регулирование развития городов включает в себя определение миссии и роли городов в национальной региональной системе, основные подходы к оценке оптимальных вариантов эффективного функционирования отдельных городов, сфер деятельности, которые играют решающую роль для будущего развития города, городских «точек роста», оптимизацию соотношения различных типов городов и их функционального назначения и т.д.

Основными составляющими этого механизма являются цели, объекты, субъекты, инструменты или средства управления развитием городов различных типов. Следовательно, в государственной политике регулирования крупных городов можно выделить два основных направления. Первое – деятельность, направленная на решение вопросов городского управления, те, с которыми не в состоянии справиться городские органы власти. А второе направление связано с регулированием процессов расселения населения и размещения производства по территории страны, с воздействием на масштабы и рост городов[2].

Управление развитием города базируется не только исходя из городских вопросов. Это понятие в широком смысле можно определить, как воздействие на узлы и системы территориальной организации общества, которое позволяет существенно изменять территориальную структуру производства и его организацию на обширных территориях. Существуют следующие основные требования, предъявляемые к построению системы городского управления:

– обоснованное определение производственных и непроизводственных потребностей экономики и населения города в продукции и услугах, учет и фиксация особенностей функционирования и развития отраслей материального хозяйства, социальной сферы, городской среды и других областей жизнедеятельности города;

- учет специфики города как сложной многоуровневой системы и характера его внешних взаимосвязей, формирование которых оказывает влияние на развитие в городе общественных потребностей, а также уровней их удовлетворения;

- совокупность разнообразных подходов к управлению социально-экономическим развитием;

- отображение целевой направленности и долгосрочного характера развития.

С целью методологически верных оценок крупнейших городов в региональных системах расселения и выявления факторов происходящих процессов, а не только их результатов следует принимать во внимание не только основные социально-экономические, территориальные, но также и эколого-ресурсные факторы. Это дает возможность проанализировать динамичную муниципальную социально-экономическую систему с более полным учетом соответствия всех функционирующих в ней факторов, сформировать оптимальную модель учреждения расселения с учетом возможностей и ограничений природно-ресурсного потенциала местности.

На городском уровне процесс организации заключается в создании внутренних структур городского (муниципального) организма, предназначенных для решения стоящих перед ним вопросов в данных конкретных условиях, а также в изменении данных структур, если со временем модифицируются задачи или условия их решения. Следовательно, организация городского управления непосредственно связана с структурой управления городом. Под муниципальной (городской) структурой управления подразумевается характерный для данного территориального образования набор элементов (органов), взаимосвязанных по определенным правилам. К этим составляющим относятся как жители мегаполиса, так и избираемые ими советы и комиссии, а кроме того определяемые последними исполнительные учреждения. Основным формообразующим фактором, фактически

определяющим внутреннюю структуру города, считается государственное законодательство[1].

Следует отметить, что особенность крупного города, приводящая к его уникальности как объекта управления, заключается не только в большом количестве населения, проживающих на сравнительно большой местности, но и в принадлежности значительного числа элементов мегаполиса к объектам общегосударственной значимости.

Важным вопросом в организации городского управления в крупном городе является, с одной стороны, отсутствие возможности организовать его по достаточно простой одноуровневой модели, а с другой стороны - пересечение реальных сфер удовлетворения потребностей населения. Следовательно, город образует самостоятельный тип хозяйственного формирования, который отличается высоким сосредоточением, а также существенной связанностью абсолютно всех компонентов изготовления и общественной области. Помимо общих принципов управления, применительно к городам наука формирует специфические принципы организации управления, применение которых дает возможность урегулировать вопросы городского управления.



Рис. Специфические принципы муниципального управления

Под принципом организации городского управления необходимо подразумевать объективную категорию теории муниципального развития, выступающую в качестве основного определения, которое выражает

совокупное действие ряда законов развития города как объекта управления, самой практики муниципального управления и определяет задачи, тенденции и возможности управления мегаполисом как особой социально-экономической системой. Общие принципы учреждения муниципального управления находятся в прямой взаимосвязи с специфическими.

Вывод. Все вышеизложенное является методологией развития городского управления, а потому не может применяться без учета специфики обстоятельств формирования и функционирования конкретных городов. Уменьшению числа просчетов и погрешностей при проведении региональной политики может способствовать разработка теоретических основ формирования структур местной власти и достаточно глубокое изучение методов управления муниципальными социально-экономическими системами.

Список литературы

1. Зотов В.Б. Асеев А.Д., Иванов П.Г., Кузьмичева Н.И. Организация управления и самоуправления в крупнейших городах :современное состояние и проблемы.-М:2011.-296с.
2. Ускова, Т.В. Управление современным городом: направленная модернизация / Т.В. Ускова: Вологда: ИСЭРТ РАН, 2010. – 196 с.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ

ОСИПЕНКО И.Н.,
канд. экон. наук, профессор, профессор,
КОРОСТЕЛЕВА Р.В.,
магистрант,
кафедра менеджмента непроизводственной сферы
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Теплоснабжение является одним из основных элементов городского хозяйства. Уровень жизни населения, функционирование организации зависит от его эффективной работы. Создание теплового комфорта в помещениях в холодный период года, то есть тепловых условий, благоприятных для пользования и деятельности человека, необходимо для комфортных условий проживания [2].

Отопление способствует увеличению срока службы зданий и оборудования, нормализация технологических процессов, повышению производительности труда работающих и качество выпускаемой продукции. Поэтому выбранная тема тезисов актуальна и требует повышения эффективной работы предприятия теплоснабжения, особенно крупного города [2].

Цели исследования. Проанализировать состояние теплоснабжение в городах и посёлках Донецкой Народной Республики в том числе и в городе Донецке и определиться в путях повышения эффективной работы предприятий теплоснабжения на примере ККП «Донецкгортеплосеть».

Изложение материалов основного исследования. Анализ состояния теплоснабжения в городах и посёлках Донецкой Народной Республики показывает удовлетворительную работу предприятий теплоснабжения

Республики. За последние годы не было допущено крупных аварий на теплостанциях местного фонда и социально-культурных объектов в городах и посёлках. Необходимо отметить, что возникающие аварийные ситуации на объектах теплоснабжения в результате военных действий, устранялись коллективами предприятий теплоснабжения своевременно и качественно.

Вместе с тем состояния предприятия теплоснабжения Республики характеризуется:

- неудовлетворительным финансовым положением;
- высокой затратностью;
- отсутствие экономических стимулов;
- затрат на производство услуг теплоснабжения;
- не эффективной работы предприятия;
- большими потерями тепла и горячей воды;
- недостаточным внедрением мероприятий и проектов научно-технического развития;
- потери тепла при эксплуатации существующих тепловых сетей значительно превышают нормативы.

Потери, связанные с утечками из-за внутренней и внешней коррозии труб, составляют также 10-15%, срок службы теплотрасс по этой причине в настоящее время в 4-6 раз ниже нормативных суммарных потерь в настоящее время в тепловых сетях достигают 30% от произведённой тепловой энергии [1;2].

Перерасход топлива котельных малой мощности с низким КПД котлов, которыми в тепловых сетях достигают 20-40% от произведённой тепловой энергии.

Планово-предупредительный ремонт оборудования и сетей систем теплоснабжения полностью уступил место аварийно-восстановительным работам, затраты на проведение которых в 2-3 раза выше, чем затраты на плановый ремонт.

Также удовлетворительное состояние работы отдельных объектов теплоснабжения связано с военными действиями, так 10 котельных ККП «Донецкгортеплосеть» не были запущены, в результате без отопления остались 129 жилых домов, больница, 2 детских дошкольных учреждений и 20 прочих потребителей.

По-прежнему в Куйбышевском районе не запущена котельная квартала 605 из-за отсутствия водоснабжения. Из-за отсутствия природного газа и электроэнергии не работает котельная КПД-2 Киевского района, на котельной Донецк-Северный нет природного газа, электроэнергии и водоснабжения. Также обесточена котельная квартала 538.

На основании проведенного анализа для устранения выявленных недостатках и повышения эффективной деятельности предприятий теплоснабжения Республики и города Донецка необходимо, с целью проведения реформирования и развития теплоснабжения Республики, разработать перспективную программу модернизации коммуникации тепловой энергетики ДНР в которой предусмотреть:

- замену старых малоэффективных котлов на новые с КПД не ниже 91%;
- создать рыночные экономические механизмы на предприятиях отрасли, за счет установки учета тепла и горячей воды на источниках получения тепла и на выходах тепловых узлов и зданий предприятий и организаций;
- нормативное введение ремонта, эксплуатация объектов теплоснабжения;
- осуществление мер по экономии и равномерному использованию топливно-энергетических, материальных и трудовых ресурсов, для чего проводят диспетчеризацию котельных и централизованных тепловых пунктов;
- замену тепловых насосов на энергоэффективные;
- замену устаревших горелок;
- проведение комплекса работ, направленных на улучшение;
- замена тепловых сетей по новой технологии.

В основу производства должна быть положена технология, получившая название «труба в трубе» (рис.) внутренняя труба может быть эмалированной внутри или пластиковой, затем на трубу надевают гидроизоляционную оболочку, а между ними скручивают специальные вспомогательные компоненты, из которых образуются жидкий пенополиуретан – прекрасный теплоизоляционный материал, что увеличивает срок эксплуатации в несколько раз, практически прекращает выброс тепла.



Рис. Технология «труба к трубе»

Преимущества данной технологии:

- пенополиуретановая изоляция труб позволяет существенно уменьшить потери тепла. Максимальная утечка тепла составляет всего 4%, тогда как стальные трубы с традиционной теплоизоляцией имеют теплотери в пределах 20-25%;
- неподверженность коррозии без дополнительной обработки;
- устойчивость к температурному режиму. Применимы в диапазоне наружных температур от -80 до +130 °С;
- высокая скорость укладки;
- экологическая безопасность;
- высокая степень надежности;

- устойчивость к коррозии;
- снижение потерь тепла при передаче теплоносителя;
- устойчивость к воздействию влаги [1].

Выводы. Таким образом, было проанализировано состояние теплоснабжение в городе Донецке. Исходя из анализа состояния работы предприятия теплоснабжения, была предложена разработка перспективной программа по реформированию и развитию предприятий теплоснабжения ДНР ККП «Донецкгортеплосеть». Основными ее техническими мероприятиями являются: замена старого оборудования, внедрение новых технологий, таких как «труба к трубе» и проведение комплекса работ, направленных на улучшение основных фондов предприятия.

Список литературы

1. Данилов Н.И., Щелоков Я.М. Основы энергосбережения. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2016. – 564с.
2. И.Н. Осипенко, В.В. Дорофиев Менеджмент в Жилищно-Коммунальном хозяйстве. Учебник, Донецк, 2018г. – 475с.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

ПОПОВА И.В.,
ст. преподаватель,
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. Образование сегодня является приоритетной сферой социально-экономического, духовного и культурного

развития общества и рассматривается как одна из наиболее перспективных сфер экономики. Тенденция роста спроса на образовательные услуги высшей школы имеет место во всем мире и по оценкам специалистов объем спроса и предложения образовательных услуг растет слишком существенно, особенно в высшем и последипломном образовании. В наиболее динамично развивающихся странах темп их ежегодного роста достигает 10-15% [1].

В современных условиях получение высшего образования является одной из основных форм интеллектуального, культурного, духовного, социального и экономического развития общества. Именно поэтому высшим учебным заведениям приходится постоянно модифицировать и корректировать как процесс предоставления образовательных услуг, так и собственно образовательные услуги с целью их наибольшего соответствия потребностям и требованиям общества. При этом известно, что до настоящего времени наиболее эффективным средством определения и исследования общественных потребностей, запросов и требований является организационные составляющие, такие как проведение опросов потребителей и маркетинговые исследования. Причем в данные составляющие входят и оценка имиджа, уникальных образовательных программ, профессиональных кадров, методик изложения дисциплин и пр. Это позволяет утверждать, что процесс повышения конкурентоспособности образовательной организации является одним из главных шагов к более качественному и профессиональному предоставлению образовательных услуг потребителю.

Высшие учебные заведения, создавая конкурентоспособные образовательные услуги, повышая их ценность для потребителя, пытаются победить в конкурентной борьбе и занять достойное место на рынке высшего образования. Это невозможно без помощи организационных составляющих.

Цель исследования – рассмотреть организационные составляющие в сфере повышения конкурентоспособности высшей образовательной организации.

Изложение материалов основного исследования. Для успешной деятельности в условиях конкуренции, для оценки потенциального спроса современным высшим образовательным организациям следует обратиться к маркетинговым методам исследования рынка как одной из организационной составляющей повышения конкурентоспособности. Цель маркетинговых исследований заключается в выявлении перспективных потребностей, оценке степени их удовлетворения и прогнозировании потребительского поведения. Анализ спроса на образовательные услуги предоставляет возможность оценить перспективы специальностей и соответственно сформировать учебные программы, а также найти оптимальные пути функционирования высшей образовательной организации. Ответной реакцией на усиление конкуренции между субъектами образовательной деятельности должна стать переоценка и корректировки стратегии управления, которую разрабатывает каждая образовательная организация.

Развитие рыночной экономики сопровождается серьезными изменениями в условиях функционирования вузов как с точки зрения изменения его отношений с внешним окружением, так и с точки зрения внутренней деятельности. Чтобы эти изменения оказались успешными, необходимо создание нового организационно-экономического механизма жизнедеятельности данных организаций, прежде всего, обоснование подходов к формированию такого механизма, а также определение основных направлений перестройки организационной составляющей.

Наиболее весомым критерием оценки, при выборе лучших университетов мира, является академическая репутация высшего образовательного учреждения. На наш взгляд, данный показатель более других основан на субъективной оценке, связанной с уже сложившейся и закреплённой годами репутацией наиболее известных вузов.

Ниже представлен рейтинг лучших университетов мира из 1000 за 2019 год, составленный британской компанией QS (см. табл.).

Таблица

Международный образовательный рейтинг университетов по версии QS
World University Rankings за 2019 г. [2]

Ранг		Название университета	Страна	Сводный индекс, %	Академическая репутация, %
2018	2019				
1	1	Массачусетский технологический институт	США	100,0	100,0
2	2	Стэнфордский университет	США	98,4	100,0
3	3	Гарвардский университет	США	97,4	100,0
5	4	Оксфордский университет	Великобритания	97,2	100,0

Как видно из таблицы рейтинг возглавили Массачусетский технологический институт, Стэнфордский и Гарвардский университеты. Данным образовательным учреждениям удалось сохранить свои лидирующие позиции по сравнению с другими вузами и остаться на прежних ранговых местах, чему свидетельствуют данные рейтинга составленного британской компанией QS за 2018 год.

Если проанализировать рейтинг университетов в динамике (данные за 2018 и 2019 гг.), то существенных перемещений среди высших образовательных учреждений не наблюдается, за исключением Пекинского университета. Университету удалось отыграть 8 позиций и подняться с 30 места на 22.

С самого момента основания в 1898 году Пекинский университет является одним из наиболее престижных и уважаемых вузов Китая и в настоящее время продолжает занимать одну из лидирующих позиций, являясь площадкой для воплощения передовых идей в области обучения.

В 1952 году университет стал первым образовательным учреждением, принимающим иностранных студентов на программы изучения китайского языка как иностранного. Университет имеет обширные связи с более чем 200 высшими образовательными учреждениями в 50 странах мира. Образовательное учреждение известно высоким уровнем преподавания. Здесь работают ведущие преподаватели и авторитетные ученые страны. Университетская библиотека содержит коллекцию более 6,5 млн. томов и

является самой большой университетской библиотекой в Азии [3].

Есть 3 индикатора, которые позволили университету повысить свой персональный рейтинг, а именно:

1) Соотношение количества студентов и научно-преподавательского состава университета (в 2018 году – 64,0%, а в 2019 году – 72,3%).

2) Доля иностранцев в научно-преподавательском составе (в 2018 году – 68,2%; в 2019 году – 70,7%).

3) Число цитирований на одного сотрудника (в 2018 году – 69,4%; в 2019 году – 73,0%).

В последнее время Китай стал одним из главных центров в мире высшего образования. Существенная роль в этом отводится поддержке со стороны государства и государственных структур, а это, несомненно, имеет огромное значение в повышении уровня конкурентоспособности ВУЗов на международной арене. Правительство азиатской страны вкладывает значительные средства в сектор образования, чтобы улучшить его до стандартов мирового уровня. Здесь речь идет не только о выделении значительных средств на финансирование лучших университетов страны, поддержку перспективных областей науки, привлечение преподавателей и исследователей из-за рубежа, но и создании благоприятных условий для молодых иностранцев, желающих посетить страну с целью последующего обучения.

В сентябре 2017 года, два крупных правительственных проекта, «проект 985» и «проект 211» были объединены и трансформированы в новый, целью которого является создание университетов и дисциплин мирового класса к концу 2050 года. Визовая политика и политика в области трудоустройства молодых иностранцев, также, является существенным фактором, влияющим на уровень конкурентоспособности вузов Китая и, в частности, Пекинского университета, как основного лидера среди образовательных учреждений страны. Уже сейчас данные мероприятия приносят свои плоды, так как Китай

становится одним из ведущих мировых инновационных и технологических центров.

Выводы. Таким образом, автором отмечается, что наиболее эффективным средством определения и исследования общественных потребностей, запросов и требований является организационные составляющие такие, как проведение опросов потребителей и маркетинговые исследования. Причем в данные составляющие входят и оценка имиджа, уникальных образовательных программ, профессиональных кадров, методик изложения дисциплин и пр. Изучение опыта Китая в повышении конкурентоспособности высших образовательных организаций отведено именно государству, которая в рамках финансирования данных организаций ориентируется на повышение таких показателей как: соотношение количества студентов и научно-преподавательского состава университета; доля иностранцев в научно-преподавательском составе; число цитирований на одного сотрудника.

Список литературы

1. Чинаева Т.И. Основные тенденции развития международного рынка образовательных услуг / Т.И. Чинаева // Статистика и экономика. – Т.4. - №1. - 2017. – С. 60-67
2. QS_World_University_Rankings [Электронный ресурс]. – режим доступа: https://ria.ru/docs/sn/QS_World_University_Rankings / за 2019; <https://na.ria.ru/20180606/1521597704.html> за 2018.
3. Университет Пекина [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.portalchina.ru/universities/beijing.html> .

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В АПК

РОМОДАН Ю.О.,
преподаватель,
кафедра менеджмента непроизводственной сферы
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На сегодняшний день, инвестирование в агропромышленный комплекс АПК является достаточно перспективным направлением, позволяющим направлять финансовые средства в развитие региона и получить экономическую выгоду для инвестора. Проблема исследования заключается в том, что данная сфера является неустойчивой и подверженной многим факторам риска.

Цель исследования рассмотреть совокупность факторов, которые представляют собой систему показателей положения региона и влияют на создание благоприятного инвестиционного климата АПК в регионе, с целью привлечения потенциальных инвесторов.

Изложение материалов основного исследования. Хорошее управление на всех уровнях организационного процесса является одним из ключевых факторов, если не самым важным. Для инвестора очень важно, чтобы в принимающем его регионе была налаженная организационно-правовая система, которая проявляется в следующих факторах:

1. Наличие адекватной инфраструктуры и образованной рабочей силы повышает уровень успеха. Организации, которые имеют хороший уровень солидарности, сотрудничества и где их участники принимают активное участие в принятии решений, а также, имеют относительно высокий уровень образования, и технические знания, могут договариваться о лучших

предложениях. В результате, вероятность оппозиции при решении спорных моментов будет ниже и проект будет иметь более высокую вероятность успеха.

2. Процесс согласования, разработки и планирования инвестиционного проекта имеет важное значение. Процессы, которые являются прозрачными, инклюзивными, основанными на участии, демократическими и документированными, имеют тенденцию приводить к успешным и устойчивым инвестиционным результатам, даже если эти характеристики означают, что задержки будут скорее всего на начальном этапе [1].

3. Инвестиционные проекты в АПК с большей вероятностью принесут пользу местному экономическому и социальному развитию, когда местные фермеры и землевладельцы играют активную роль на этапе проектирования и планирования. Для того, чтобы проект был успешным, инклюзивные бизнес-модели требуют эффективных местных организаций. Правительственные учреждения и инвесторы должны развивать эффективные партнерские отношения с этими организациями [2].

4. Большое значение имеет возможности правительства принимающего региона, соблюдение инвестиционных контрактов и мониторинг процесса выполнения на любом уровне.

5. Законодательство и четкие права собственности должны создавать условия, обеспечивающие безопасный доступ к земле для инвесторов и местных жителей.

6. Наличие эффективного независимого учреждения, которое способно рассматривать инвестиционные предложения, а также, гарантирует обеспечить соблюдение правил для обеих сторон и привлекать местные заинтересованные стороны [3].

7. Условия инвестиционного контракта будут определять отношения между проектом, партнерами, разделением обязанностей, принятие решений, выгодами и рисками. Инвестиционные контракты часто составляются слишком обобщенно и расплывчато. Существует необходимость в четко определенных и

обязательных для исполнения условиях. В частности, в контракте должны быть указаны выгоды, которые инвестор принесет местному сообществу (например, количество создание рабочих мест, тип инфраструктуры и обучение) [4].

8. Адекватность законов, нормативных актов, а также, их эффективное воплощение в жизнь и наличие механизмов рассмотрения жалоб.

Выводы. Для создания благоприятного инвестиционного климата в агропромышленном комплексе, большое значение имеют определенные факторы, а именно организационно-правовые, политические, социальные, культурные, финансово-экономические и организационные.

Поскольку, принципиально важным становится для потенциального инвестора, соблюдение прав законодательства, отсутствие коррупции, стабильность региона и развития отрасли, доступность информации для инвестора, улучшение условий перемещения капитала, формирование деловой этики местных предпринимателей, снижение бюрократизма, квалификации и образованности рабочей силы, а также социально-экономические условия региона, где осуществляется инвестиционная деятельность.

Список литературы

1. Бабанов А.В. Классификация факторов, формирующих инвестиционную привлекательность региона [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-faktorov-formiruyuschih-investitsionnuyu-privlekatelnost-regiona>
2. Борщ Л.М. Особенности создания благоприятного инвестиционного климата [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25589138>
3. Вдовин С.М. Инвестиционная привлекательность как фактор устойчивого развития региона // Экономический анализ: теория и практика. 2016. № 41 (392). С. 20-27.
4. Vermeulen S., Cotula T. Making the most of agricultural investment: A survey of business models that provide opportunities for smallholders. Rome: Food

and Agriculture Organization of the United Nations. London, UK: International Institute for Economic Development. Rome. International Fund for Agricultural Development. Bern. Swiss Development Cooperation, 2017

СФЕРА УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ КАК ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СТАСЮК Н.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

СОКОЛОВА В.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях жесткой конкуренции и стремительных технологических изменений немаловажно максимально результативно применять все имеющиеся средства организации.

Главным направлением увеличения конкурентоспособности на рынке считается эффективное использование возможности работников организации, поскольку именно от работников зависит успех организации. Поэтому, управление трудовыми ресурсами – это наиболее важная составляющая каждой организации.

Цели исследования. Проанализировать сферу управления трудовыми ресурсами с точки зрения профессиональной деятельности.

Изложение материалов основного исследования. В литературе используются такие понятия как: человеческие ресурсы, управление трудовыми ресурсами, кадровая политика и управление персоналом. Все они связаны с деятельностью сотрудников, управление их поведением в организации.

Управление трудовыми ресурсами организации – это целенаправленная деятельность руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, включающая разработку концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления персоналом организации.

Управление трудовыми ресурсами состоит из формирования системы управления персоналом, планирования работы, разработки оперативного плана по работе с персоналом, определения потенциала персонала и кадровых потребностей организации [1].

Как правило, управление трудовыми ресурсами в крупных организациях выполняется подготовленными специалистами, работниками отделов кадров, на который возложены функции по части приема, а также увольнению кадров, а кроме того по организации обучения, повышения квалификации и переподготовки сотрудников.

Службы управления персоналом, как правило, имеют низкий организационный статус, считаются слабыми в профессиональном отношении. В силу этого они не осуществляют целый ряд задач по управлению трудовыми ресурсами также по обеспечению нормальных условий работы.

Многие функции управления трудовыми ресурсами могут выполняться на уровне подразделений линейными руководителями, а не централизованно отделом кадров. Обратите внимание, что сотрудники, выполняющие эти функции в структурных подразделениях или подразделениях организации, могут быть просто специалистами в этом профиле, а не линейными руководителями.

Кроме того, линейные менеджеры, выступающие в качестве менеджеров по персоналу, должны сосредоточиться на текущих проблемах персонала, и это часто происходит из-за долгосрочного планирования в области управления человеческими ресурсами и может привести к потере времени, выделенного организацией для осуществления стратегических управленческих решений.

Управление трудовыми ресурсами организации охватывает обширный диапазон функций от приема вплоть до увольнения кадров: наём, отбор и прием персонала; деловая оценка персонала при приеме, аттестации, подборе; профессиональная направленность и приспособляемость к работе; мотивация сотрудников, а также правильное использование его потенциала; организация работы и этики деловых отношений; управление конфликтами и стрессами; обеспечение безопасности персонала; управление нововведениями в кадровой работе; обучение, повышение квалификации и переподготовка кадров; управление профессиональной карьерой и продвижением по службе; управление поведением персонала в организации.

Все эти вопросы отражены в философии управления трудовыми ресурсами организации. Суть философии управления трудовыми ресурсами организации заключается в том, что сотрудники имеют возможность удовлетворять свои личные потребности во время работы в организации.

Рассматривая философию управления трудовыми ресурсами организации необходимо учитывать специфику управления в разных странах (табл.) [2].

Таблица

Характеристика японской, американской и российской философии
управления персоналом организации

Критерии	Японская философия	Американская философия	Российская философия
Основа организации	Гармония	Эффективность	Смешанная
Отношение к работе	Главное – выполнение обязанностей	Главное – реализация задания	Главное – реализация задания
Гарантии для работника	Высокие	Низкие	Низкие
Делегирование власти	В редких случаях	Распространено	Распространено
Отношение с подчинёнными	Семейные	Формальные	Смешанные
Оплата труда	В зависимости от стажа	В зависимости от результатов	Смешанная

При формировании философии управления персоналом отечественных организаций следует рассматривать российскую специфику, которая в большей степени подойдет для отечественных организаций. Которая состоит в

следующем: человек привык рассчитывать на богатство, привык к цикличности работы, привык ставить социальное выше индивидуального, а также работать в коллективе, сложность адаптации людям старшего и среднего поколений к новым условиям работы и существования, сменить стереотипы поведения.

Однако современное производство все чаще требует от рабочих характеристики, которые включают в себя высокие профессиональные навыки, способность принимать самостоятельные решения, навыки коллективного взаимодействия, ответственность за качество конечных продуктов, знание технологий и организации производства, а также творческие способности [2].

Следует отметить, что у большинства современных организаций есть проблемы в сфере управления трудовыми ресурсами, а именно:

- отсутствие инноваций в кадровой политике и использование опыта зарубежных организаций;
- персонал отдела кадров не учитывает личностные характеристики каждого отдельного работника;
- отсутствие четкой системы развития трудовых ресурсов компании.

Следствием подобной кадровой политики является большая текучесть кадров в организациях, а также низкий уровень интереса в достижении организационных целей.

Выводы. Таким образом, независимо от технических, организационных и управленческих преимуществ, которые могут быть доступны организации, невозможно эффективно работать без соответствующих человеческих ресурсов.

Управление трудовыми ресурсами всегда ориентировано на цели, которые должны соотноситься с тактическими и стратегическими целями организации.

Эффективное использование трудовых ресурсов означает более полное использование труда сотрудника организации. Увеличить производительность труда возможно за счет разных факторов, которые в той или же иной степени оказывают воздействие на работу персонала.

Трудовые ресурсы и их применение считаются главным фактором увеличения конкурентоспособности, а также финансового роста. Общая производительность труда зависит от эффективности использования трудовых ресурсов.

Список литературы

1. Акулич, В.А. Исследуем трудовые ресурсы / В.А.Акулич // Финансовый директор. – 2018. – №5. – С.33-45
2. Митрофанова, Е.А. Управление трудовыми ресурсами: Учебник / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанова, И.А. Эсаулова; Под ред. А.Я. Кибанов. - М.: Инфра-М, 2013. - 284 с.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

СТАСЮК Н.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ВОРОНКИН В.Г.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Работа посвящена актуальной проблеме – анализу ведущих факторов, оказывающих заметное влияние на социально-экономическое развитие региона. В настоящее время развитию Донецкой Народной Республики уделяется особое внимание. Без знаний основных движущих сил, которые влияют на развитие региона, практически невозможно добиться высоких показателей социального и экономического

развития. В условиях неустойчивой среды деятельности анализ факторов, оказывающих влияние на уровень социально-экономического развития региона, даст возможность управлять этими факторами, анализировать их и принимать верные решения, способствующие развитию ДНР.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемами региональной экономики занимались многие российские и зарубежные учёные. Среди них можно выделить работы таких ученых и общественных деятелей, как И.Тюнен, В. Кристаллер, У. Айзард, А. Леш, Н.Н. Баранский, А.И. Гаврилов, В.В. Кистанов, Н.В. Копылов, Н.Н. Некрасов и др. Представителями научного экономического сообщества Донбасса проведено большое количество специальных исследований согласно проблемам развития и реализации социально-экономической политики региона. Однако большинство научных исследований посвящено анализу региональной социально-экономической политики, а не факторам развития территориальной социально-экономической системы.

Целью исследования является анализ ведущих факторов, оказывающих влияние на социально-экономическое развитие региона.

Изложение материалов основного исследования. При анализе степени развития территориальной социально-экономической системы определенного ранга следует отметить качества, на основе которых можно получить представление о возможностях и перспективах социально-экономического развития данного региона.

Особый интерес составляет не единственное, конкретное условие, а целый набор меняющихся во времени условий, которые воздействуют на уровень социально-экономического развития ДНР.

На такие факторы регионального развития как инвестиции в основной капитал возможно оказать воздействие, а на другие нет –такие, как природные богатства региона. Благодаря инвестициям происходит увеличение валового регионального продукта, бюджетных доходов региона, занятости населения.

Донецкая Народная Республика восстанавливается после проведения на ее территории активных боевых действий, последствия которых до конца не ликвидированы до настоящего времени. Предпосылками для развития Республики выступают: удобное географическое положение, благоприятные природные условия, богатые и разнообразные природные ресурсы, интеллектуальный потенциал населения.

Важной предпосылкой для инвестиций является уровень развития транспортной инфраструктуры и средств связи. Министерством транспорта Донецкой Народной Республики была разработана комплексная программа по восстановлению мостов и путепроводов на дорогах общего пользования Республики до 2019 года. Это было крайне необходимо для развития экономики молодой республики. Транспорт играет важную роль в обеспечении производственных связей между производителями, обеспечивает связь производителей и потребителей, играет важную роль в развитии социальной сферы. Программой был предусмотрен первоочередной ремонт мостов и путепроводов, попавших в первую и вторую группы по классификации повреждений. Главные факторы, оказывающие возрастающее влияние на уровень социально-экономического развития региона, представлены в табл.

Современная экономика Донецкой Народной Республики далека от идеального состояния. Основу промышленного потенциала Донецкой Народной Республики, как и ранее составляет машиностроение, металлургия и промышленность строительных материалов. Власти Республики ускоренными темпами возобновляют экономический потенциал путем принятия эффективных мер по поддержке промышленных предприятий Донецкой Народной Республики.

Таблица

Факторы, влияющие на социально-экономическое развитие региона

Факторы	Описание
1. Рыночный фактор	Взаимопроникновение мировых, национальных и региональных рынков.
2. Конкурентный фактор	Усиление неценовой конкуренции в области инноваций и качества жизни.
3. Производственный фактор	Развитие мелкосерийного производства вместо массового; горизонтальной организации труда вместо вертикальной.

Донецкая земля богата полезными ископаемыми и её недра содержат более половины периодической системы Д.И. Менделеева. Именно полезные ископаемые в своё время стали базисом развития индустрии. Наиболее весомую часть добывающей промышленности Донецкой Народной Республики составляет угледобывающая промышленность. Подтверждённые каменноугольные залежи составляют около 10 млрд, тонн, из них коксующиеся угли – около 6 млрд, тонн, антрациты – более 1 млрд, тонн.

Потенциал Донецкой Народной Республики для развития сельского хозяйства очень высок. В настоящее время площадь, пригодная для возделывания, сократилась, но всё же в условиях экономической блокады, войны и нестабильной институциональной среды, на территории Донецкой Народной Республики продолжают функционировать аграрные и пищевые предприятия, выпускающие продукцию не только для внутреннего пользования, но и на экспорт. Большое воздействие на социально-экономическое развитие региона оказывает демографический фактор. Потенциал и качество человеческих ресурсов определяются не только количеством членов социума, способных к производительному труду, а также и их способностью к интеллектуальной деятельности.

Для успешного социально-экономического развития региона всегда имеет значение организационный фактор (территориальное управление). Местные администрации ДНР успешно выполняют функции: предоставления услуг предприятиям и населению. Существуют факторы, оказывающие негативное

воздействие на развитие региона. Такими факторами на сегодняшний день в Донецкой Народной Республике является не только изношенность производственных фондов, но и инфраструктурные разрушения, вызванные войной, а также дезинтеграция производственных связей, которые восстанавливаются.

В современной экономической литературе существует много подходов к определению системы факторов, оказывающих большое влияние на социально-экономическое развитие региона. Принято выделять факторы экономические, социальные, политические, экологические, природные и другие. Действие отдельных факторов непосредственно влияет на происходящие в территориальных системах процессы. Другие факторы проявляются опосредованно, не оказывая прямого воздействия. Отмечается способность отдельных факторов усиливать действие друг друга, оказывая синергетический эффект. Бывает и наоборот, одни факторы сдерживают или нивелируют действие других факторов социально-экономического развития. Например, развитие экономики без оказания должного внимания вопросам совершенствования техники и технологий почти всегда сопровождается ухудшением состояния окружающей природной среды. Приведенный набор факторов не является ограниченным и может быть весьма разнообразен. Любой регион не может иметь преимущество по всем факторам. Для того, чтобы увеличить уровень социально-экономического развития региона, необходимо постоянно совершенствовать группу факторов, оказывающих влияние на это развитие.

Выводы. На региональное развитие оказывает воздействие тот или иной набор факторов. Как правило, именно факторы регионального развития применяются для анализа, прогнозирования и оценки социально-экономической ситуации в регионе. В работе были выявлены и проанализированы ведущие факторы, влияющие на формирование социально-экономической политики региона, а также разобраны некоторые показатели

этих факторов. Результаты исследования могут быть применены администрациями городов Донецкой Народной Республики при формировании социально-экономической политики региона.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

СТАСЮК Н.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

КОНОНОВА Н.Р.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Сложившиеся в настоящее время экономическая и политическая ситуация в Донецкой Народной Республике привела к существенному сокращению объема промышленного производства. Уцелевшие предприятия малого бизнеса испытывают новые риски и угрозы, что в условиях обострившейся конкуренции может стать ударом по предприятию, и, как следствие, привести его к банкротству. Исследование по данной теме является актуальным, так как в настоящее время вопрос о поддержке и стимулировании развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике приобрел решающее значение.

Целью исследования является выявление факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие малого бизнеса в Донецкой Народной Республике, а также мероприятий по государственной и негосударственной его поддержке.

Изложение материалов основного исследования. Малый бизнес – это субъект рыночной экономики, социально-экономический институт, которому присуща специфика национальных традиций и норм поведения, психологического уклада индивидуумов, осуществляющих предпринимательскую деятельность, повышенная степень риска, инновационности, инициативности. Малый бизнес характеризуется более высокой степенью самостоятельности в управлении, базируется на многоуровневой государственной и негосударственной поддержке.

Как известно, малый бизнес имеет ряд преимуществ по сравнению с крупным и средним бизнесом: быстрая реакция на изменение конъюнктуры рынка, возможность производства продукции малыми партиями, высокий уровень специализации, возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях. Однако, несмотря на очевидные преимущества, деятельность предприятий малого бизнеса подвержена влиянию многих факторов, оказывающих существенное воздействие на управление результативностью финансово-хозяйственной деятельности предприятия [1] и тормозящих его развитие.

В условиях политической, социальной и экономической нестабильности, сложившихся в Донецкой Народной Республике, можно выделить ряд факторов, оказывающих негативное влияние на развитие малого бизнеса: военные действия, высокие таможенные пошлины, проблемы поставки сырья и материалов, отсутствие инвестирования в малый бизнес, наличие административных барьеров (регистрация, лицензирование, сертификация), отсутствие механизмов финансово-кредитной поддержки, обременительная система отчетности, неуверенность предпринимателей в стабильности условий ведения бизнеса, дефицит доступных финансовых ресурсов, высокие налоги, незначительная доля предприятий малого бизнеса в сфере производства.

В экономике Республики существуют две основные проблемы, которые привлекают внимание к малому бизнесу: проблема массовой безработицы,

порождающая острые социальные конфликты, духовную и профессиональную деградацию общества; проблема отсутствия необходимых источников и масштабов инвестирования.

Так, в Донецкой Народной Республике в 2016 г. в структуре малого бизнеса по видам экономической деятельности преобладали сферы деятельности непроизводственного характера. Малое предпринимательство занимало значительную часть в торгово-посреднической сфере, доля предприятий малого бизнеса в оптово-розничной торговле составила 32,1% от общего количества предприятий. В промышленной сфере малые предприятия занимали 14,8% от общего количества предприятий. Операциями с недвижимостью было занято 21,9% малых предприятий (рис. 1) [2].

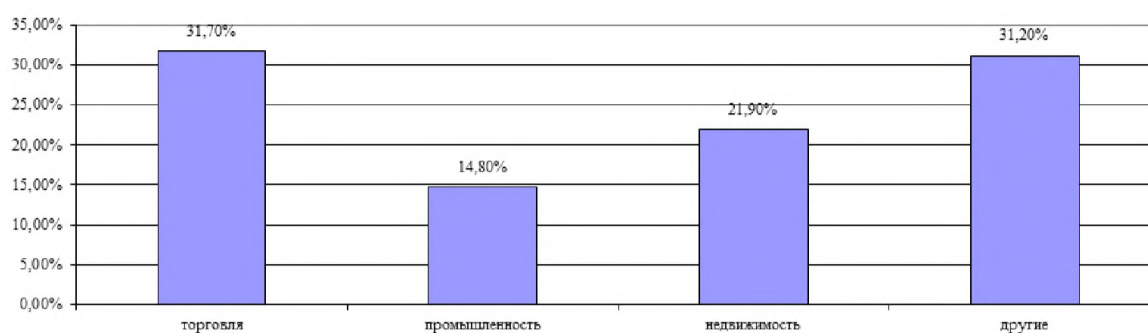


Рис. 1. Структура малого бизнеса по видам экономической деятельности

В сфере торговли в 2016 г. доля общего объема реализованной продукции (работ, услуг) малыми предприятиями составила 74,1%, в промышленной сфере – 13,2%, в сфере операций с недвижимым имуществом – 3%. Большая часть сбыта продукции малых предприятий приходилась на г. Донецк (74,6%) и г. Макеевку (10,7%) (рис. 2). При этом наибольшее количество малых предприятий (83,3%) в Донецкой народной республике сосредоточено в трех городах: Донецке (64%), Макеевке (14%) и Горловке (5,3%).

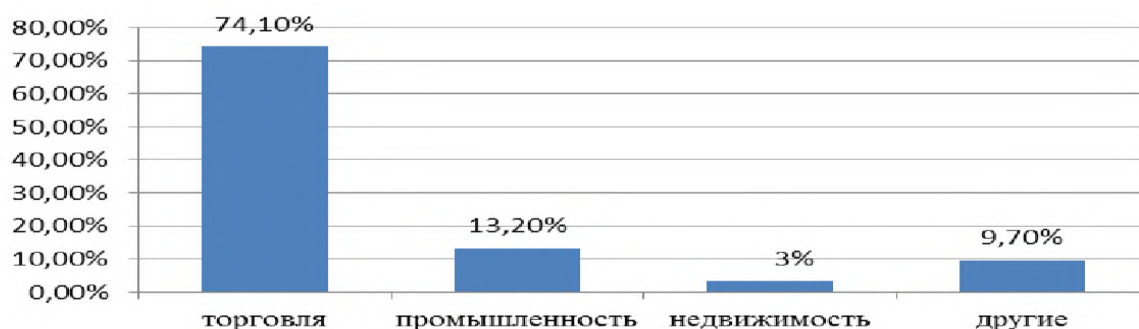


Рис.2. Доля малых предприятий в общем объеме реализованной продукции (работ, услуг), % (2016 г.)

В 2018 г. в структуре экономики ДНР наметилась положительная динамика: наибольший удельный вес приходился на перерабатывающую промышленность (около 40%), 29% – на оптовую и розничную торговлю, 18% – на поставку электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха, 6% – на добывающую промышленность, 2% – на транспорт, складское хозяйство, почтовую и курьерскую деятельность (рис. 3) [3].

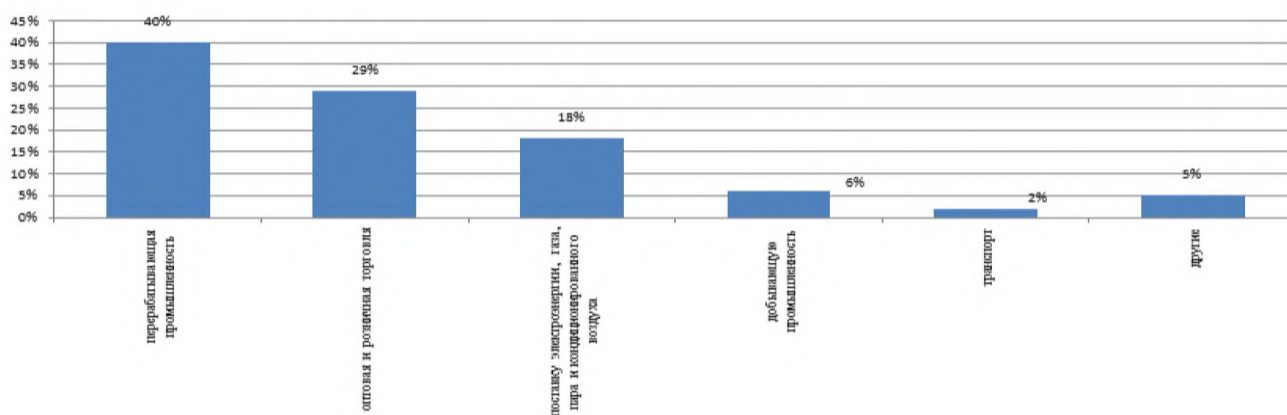


Рис. 3. Структура малого бизнеса по видам экономической деятельности за 2018 г.

В настоящее время большое внимание уделяется вопросам деятельности малых угледобывающих предприятий. 10 октября 2019 г. на заседании Временной комиссии Народного Совета ДНР обсуждались предложения к законопроекту, регулирующему деятельность малых угледобывающих предприятий. Также разработаны типовые проекты паспорта малого

угледобывающего предприятия, которые позволят им не предоставлять дополнительную документацию, что требует дополнительных затрат [4].

Для эффективной государственной и негосударственной поддержки малого бизнеса Донецкой Народной Республики следует обратить особое внимание на следующие направления:

- прямая финансовая помощь: льготное кредитование, страхование рисков, микрофинансирование, лизинг, гранты, гарантийные займы;
- совершенствование законодательства по вопросам малого бизнеса;
- оптимальное налогообложение и предоставление субсидий;
- открытие центра или портала поддержки малого бизнеса;
- информационная поддержка и предоставление бесплатных консультаций по юридическим и экономическим вопросам;
- проведение семинаров, обучение введению бизнеса;
- доступ к информации для всех субъектов малого бизнеса.

Выводы. Развитие малого бизнеса является одной из важнейших задач, без решения которой дальнейшее улучшение обслуживания предприятий и жителей Донецкой Народной Республики не будут иметь должных темпов развития. Особо остро стоят вопросы финансового обеспечения деятельности предприятий малого бизнеса в сфере торговли, поскольку полностью отсутствуют льготное кредитование, микрофинансирование, гарантийные займы. Взаимодействие с внешними финансовыми организациями (Банк Южной Осетии, Государственный Банк Луганской Народной Республики) не могут покрыть существующую потребность, а отсутствие официальных внешнеэкономических отношений с Российской Федерацией и ее субъектами только усугубляют положение отечественных предприятий. Современные условия хозяйствования обуславливают необходимость создания единой системы обработки транзакций, а именно: интернет-платежей, расчетных центров, платежных систем и других программно-технических комплексов. Выполнение этой задачи не только положительно скажется на бизнес среде

малого бизнеса, но и приведет к повышению инвестиционной привлекательности Республики в целом.

Список литературы

1. Филимонова Н.М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса: учеб. пособие / Н.М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Никишина. – М: Инфра-М, 2015. – 224 с.
2. О развитии малого бизнеса в Республике [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2474
3. Доклад об итогах работы Министерства экономического развития за 2018 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/category/novosti-narodnogo-soveta/>
4. Официальный сайт Народного Совета ДНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/parlamentarii-obsudili-predlozheniya-i-zamechaniya-k-proektu-zakona-o-malyh-ugledobyvayushhih-predpriyatiyah/>

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

ТАРАСОВА Е.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ПАЛИЙ Т.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Основными приоритетами формирования эффективной налоговой политики в условиях неопределенности

должно стать выявление и использование резервов экономического роста, активизация существующих налоговых механизмов и инструментов развития в целом, и своевременная и комплексная оценка налогового потенциала региона, разработка направлений его наращивания в частности. Указанное обуславливает повышенное внимание к поиску путей рационального использования всех имеющихся и скрытых налоговых ресурсов региона и их приумножения. Следовательно, вопросы изучения сущности налогового потенциала региона, особенностей его формирования, а также инструментов эффективного его использования требуют тщательного исследования и изучения.

Целью исследования является изучение теоретических основ сущности налогового потенциала региона, его структуры и особенности его формирования.

Изложение материалов основного исследования. Становление и развитие налоговой системы Донецкой Народной Республики происходит в сложных экономических и политических условиях. Экономическая и финансовая блокада, непрекращающиеся военные действия привели к ухудшению демографической ситуации, разрушению производственного потенциала, нарушению хозяйственных связей, снижению объемов производства, что как следствие, не способствует росту базы налогообложения и объемов налоговых поступлений в бюджет.

Несмотря на это, за последние время в Республике проделана огромная работа по разработке законодательства, восстановлению деятельности субъектов хозяйствования, воссозданию финансовой системы республики и ее важнейшей составляющей – налоговой системы.

Экономическая сущность налогового потенциала, как составной части налоговой системы, рассматривается как концентрация финансовых средств с целью оптимального их использования в соответствии с задачами

стратегического социально–экономического развития региона. Основными свойствами налогового потенциала региона являются:

расчет, который проводится в пределах определенной территории за определенный промежуток времени;

максимальный уровень налоговых поступлений, который может быть аккумулирован в регионе, не разрушая его производственного потенциала, а так же, не препятствуя развития деловой активности;

соблюдении требований действующего налогового законодательства.

Факторы влияния на формирование налогового потенциала региона представлены в таблице.

Так, по источнику происхождения эту совокупность факторов можно разделить на две группы: внутренние, присущие отдельному региону (природно–климатические условия, геополитическое положение региона, уровень жизни населения региона), и внешние, влияние которых связано с внешней средой и которые в большей степени обусловлены деятельностью государственных институтов (состояние финансовых институтов государства, экономики, управления и социально–политические условия).

Таблица

Классификация факторов формирования налогового потенциала региона

Классификационный признак фактора	Факторы
1	2
Внутренние	
1. Природно–климатические условия:	– размеры территории региона; – количество и качество природных ресурсов; – климатические условия.
2. Геополитическое положение региона:	– местоположение в государстве; – защищенность от внешних угроз; – состояние национальных политических отношений.

3. Уровень жизни населения региона:	– уровень доходов и расходов населения; – уровень занятости; – качество трудовых ресурсов (уровень квалификации, профессионализма; возрастная и профессиональная структура кадров); – условия труда (продолжительность рабочего дня, интенсивность труда); – структура миграционных процессов.
Внешние	
1. Состояние экономики:	– уровень экономического развития страны; – надежность национальной денежной единицы и денежного обращения; – уровень инфляции; – отраслевая структура и уровень развития отраслей; – состояние конкурентных отношений, степень монополизации экономики; – инвестиционная привлекательность региона и развитие инвестиционно–инновационной деятельности; – доля теневой экономики в ВВП для страны в целом и для региона в частности, соответственно;
2. Состояние финансовых институтов:	– качество финансового, бюджетного, налогового и банковского законодательства; – эффективность функционирования государственных и местных финансовых органов и финансовой инфраструктуры; – уровень развития финансового правосознания.
3. Социально–политические условия:	– структура собственности на средства производства; – административные барьеры и степень доверия к власти; – уровень социально–политической напряженности в обществе; – отношение отдельных категорий населения к определенным видам предпринимательской деятельности.
4. Управление:	– государственная и региональная налоговая политика; – количество и структура государственных и налоговых органов; – стабильность правовой базы осуществления финансово–хозяйственной деятельности предприятий; – степень коррумпированности органов власти; – уровень развития отношений региона с государственным центром.

Внутренние и внешние факторы существенно влияют на налоговую базу региона, однако, если внутренние факторы в определенной степени подлежат региональному регулированию, то на внешние факторы конкретный регион влиять не может. Основными источниками роста налогового потенциала Республики должны стать привлечение инвестиций в экономику Республики, создание новых рабочих мест и увеличение заработной платы, эффективное использование земель и имущества Республики, обеспечение поддержки малого и среднего предпринимательства, а также совершенствование налогового администрирования. Формирования налогового потенциала происходит в рамках правового законодательного поля и с целью увеличения

налоговых поступлений в бюджет целесообразно внести изменения в налоговое законодательство путем введения налога на имущество.

Налог на имущество характеризуется многими положительными чертами, что прочно закрепило его в налоговых системах большинства стран. Во-первых, ускоряется процесс перехода имущества в собственность таких субъектов, которые могут эффективно его использовать. Владение имуществом, которое используется неэффективно, становится неоправданными затратами. Во-вторых, усиливается эффективность рынка недвижимости. В-третьих, имущественные налоги приносят стабильные поступления и не конкурируют с основными общегосударственными налогами и сборами. С целью недопущения дополнительной нагрузки на налогоплательщиков и соблюдения принципа социальной справедливости целесообразно ввести определенные льготы, при которых облагаться будут только квадратные метры сверх нормы: квартиры площадью более 60 метров квадратных; частные дома площадью более 120 метров квадратных; квартира и дом общей площадью более 180 метров квадратных. Таким образом, введение налога на имущество, позволит увеличить налоговый потенциал региона, тем самым повысив налоговые поступления в местные бюджеты.

Выводы. С целью усовершенствования процессов формирования налогового потенциала как фактора социально-экономического развития регионов и их финансового обеспечения необходимо: усовершенствовать структуру доходных источников местных бюджетов, в частности, за счет расширения перечня общегосударственных налогов и сборов, закрепленных за местными бюджетами. Снизить налоговые нагрузки на производителей, что как следствие должно компенсироваться расширением базы налогообложения и упорядочения практики предоставления налоговых льгот. Налоги на имущество обладают определенной стоимостной оценкой, что позволяет государству получать предсказуемый доход, поэтому их совершенствование является первоочередной задачей государства, что должно сопровождаться применением

накопленного мирового опыта в налогообложении недвижимого имущества, взаимным учетом интересов государства и налогоплательщиков и справедливым распределением налоговой нагрузки.

Список литературы

1. Перетятко А. В. Налоговый потенциал как основная составляющая бюджетных возможностей региона [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5924>
2. Колесников С. А. Налоговые отношения в экономической системе общества. Автореферат [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://geum.ru/ec-aref/nalogovye-otnosheniya-v-ekonomicheskoy-sisteme-obschestva.php>
3. Мошков С.С. Налоговые отношения в условиях реформирования современной российской налоговой системы. Автореферат [Электронный ресурс] – Режим доступа: <file:///C:/Users/HP/Downloads/autoref-nalogovye-otnosheniya-v-usloviyakh-reformirovaniya-sovremennoi-rossiiskoi-nalogovoi-sistemy.pdf>

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕРОВАНЕСОВ М.Р.,

д-р. экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

ДУШЕНКОВ.В.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Из-за непростых условий, сложившихся на рынке транспортных услуг, многие транспортные предприятия

не могут функционировать достаточно эффективно. На рынок транспортных перевозок существенное влияние оказывают различные факторы, с которыми неразрывно связаны эффективность перевозок. Широкая трактовка в научной литературе этого понятия требует конкретизации сущности эффективности применительно к транспортным перевозкам.

Целью исследования является рассмотрение сущности экономической категории «эффективность» применительно к специфике транспортного предприятия.

Изложение материалов основного исследования. Эффективность является одним из важнейших показателей трудовой деятельности, и определяет меру затраченных ресурсов для достижения конечного результата.

Невзирая на то, что эффективность происходит от слова «эффект», в научной литературе четко разграничиваются понятия «эффект» и «эффективность».

Определение категории «эффект» можно рассмотреть на примере трактовки таких авторов, как:

- Синицыной Т.А., которая считает, что эффект представляет собой результат, следствие каких-либо причин, действий, хозяйственных мероприятий [1];
- Петровой И.В., полагающей, что эффект является полезным результатом, выраженным в стоимостной оценке [2];
- Осовской Г.В., представляющей эффект как результат реализации мероприятий, направленных на повышение эффективности производства за счет экономии всех производственных ресурсов [3].

Корицкой О.И. представлена такая сравнительная характеристика и взаимосвязь понятий «эффект» и «эффективность» в оценке деятельности предприятия:

- эффективность характеризует результативность деятельности предприятия, а эффект - ее результат;

- эффект является выражением поставленной цели, а эффективность - степенью ее достижения;
- эффект определяется результатом деятельности предприятия, а эффективность - в процессе ее осуществления;
- эффект, как и эффективность, характеризуется качественными и количественными свойствами;
- эффект выражается как абсолютными, так и относительными показателями, а эффективность - относительными показателями, отражающими сравнение полученного эффекта с затратами;
- эффективность рассчитывается на основании полученного эффекта, а эффект - путем сравнения полученных результатов в динамике [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что эффект – это непосредственно достигнутый результат от осуществления определенного вида деятельности. Но понятие «эффект» не может полностью охарактеризовать какой-либо вид деятельности или процесс. Для более полной характеристики необходимо учитывать, какие были результаты, за какое время, благодаря каким расходам или ресурсам был получен данный эффект. С этой целью была выделена категория эффективности [5].

Понятие «эффективность» не имеет однозначного определения. Существует множество подходов для его вывода. До сих пор само это понятие является предметом научных дискуссий в разных сферах.

На основании анализа различных подходов к определению эффективности можно сделать следующие выводы:

- наиболее часто экономическую эффективность характеризует соотношение полученного в результате деятельности эффекта с примененными ресурсами или произведенными затратами;
- при определении показателей, характеризующих эффективность, необходимо брать ориентир на долгосрочную перспективу развития предприятия с учетом результатов прошлых периодов;

– современные рыночные условия, которым характерен высокий уровень конкурентной борьбы, требуют от экономической эффективности предприятия не просто соответствия запланированному уровню, но и превышения или равенства эффективности остальных участников рынка, достижение которых предполагает внедрения системы, основанной на постоянном проведении процедуры оценки и реализации мероприятий по повышению уровня эффективности деятельности.

В общем виде эффективность связывается с результатами труда, с производительностью, рационального расходования средств и ресурсов, оптимальными величинами стоимостных, производственных, финансовых и других показателей. Естественным является взаимосвязь категорий «результативность» и «эффективность».

Экономическую эффективность оценивают через применение разнообразных стоимостных показателей, которые используют для оценивания промежуточных и конечных результатов производственно-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования, а именно: выручка от реализации продукции (оказания услуг), объемы пассажирских и грузовых перевозок, величина валовой и чистой прибыли, экономия определенного вида ресурсов или общая экономия в результате уменьшения себестоимости продукции (работ, услуг) и тому подобное.

Социальная эффективность проявляется в уменьшении продолжительности рабочей недели, создании новых рабочих мест, и, как следствие, повышении уровня занятости населения, улучшении условий труда и быта работников, увеличение безопасности жизнедеятельности и тому подобное. Кроме вышеупомянутых целесообразно рассмотреть технологическую и экологическую эффективность транспортного производства.

Выводы. Таким образом, эффективность отражает взаимосвязь между использованными ресурсами и полученными объемами производства

продукции (осуществленными объемами перевозок) в натуральных показателях, и имеет место при внедрении прогрессивных технологий в производство и может быть оценена с помощью технико-экономических показателей, характеризующих техническое состояние производства на конкретную дату.

Список литературы

1. Сеницына Т.А. Оценка эффективности системы управления промышленным предприятием – целевой подход : дис. канд. экон. наук : 08.06.01 / Т.А. Сеницына. – Одесса : ОГЭУ, 2004.
2. Петрова І.В. Оцінка ефективності управлінської діяльності на підприємствах вугільної промисловості : дис. канд. экон. наук : 08.06.01 / І.В. Петрова – Донецьк, 2003.
3. Билополая Е.Н. Анализ и обобщение подходов к определению понятия эффективности / Е.Н. Билополая // Управління розвитком. – 2012. – №11.
4. Корицкая О.И. Терминологические аспекты оценивания деятельности предприятий: эффект, эффективность, результативность / О.И. Корицкая // Экономика и управление. — 2014. — № 2 (38).
5. Дробишева О.О., Грицан В.В. Економічна ефективність: сутність та класифікація її видів / О.О. Дробишева, В.В. Грицан // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 квіт. 2015 р. : у 9 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2015.

**ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ
ФОРМ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА
ЧЕРЕЗ КОРПОРАТИВНУЮ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

ФИЛИПЮК А.О.,

ассистент,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях современных вызовов для обеспечения необходимого уровня социально-экономического развития региона необходим поиск новых экономических и институциональных инструментов развития. Решение поставленных задач возможно путем консолидации государственного и частного секторов в формах государственно-частного партнерства.

Цель исследования. Определение факторов развития форм государственно-частного партнерства является важной задачей синергии действий всех субъектов взаимодействия.

Изложение материалов основного исследования. Государственно-частное партнерство (ГЧП) - юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество публичного и частного партнера [1].

Развитие существующих форм ГЧП возможно благодаря фокусированию на ключевых компонентах корпоративной социальной ответственности (КСО). Становление и распространение КСО стало ответом на понимание бизнеса своей зависимости от общества и власти.

Понятие КСО характеризуют три основных компонента направления ее развития:

социальные обязательства (social obligation);

социальное реагирование (social responsiveness);

социальная ответственность (social responsibility).

Описание компонентов КСО как факторов развития форм ГЧП представлено в таблице.

Компоненты КСО можно рассматривать как квинтэссенцию развития форм ГЧП, так как именно они в наибольшей степени раскрывают влияние КСО на реализацию форм ГЧП.

Такой компонент как социальное обязательство – обязательство субъекта бизнеса выполнять свои экономические обязанности перед обществом через обеспечение населения товарами, предоставление рабочих мест, выплату заработной платы и социальных выплат.

Социальное реагирование - это способность фирмы адаптироваться к непостоянным внешним условиям, выражающаяся через минимизацию негативного воздействия из внешней среды.

Компонент социальной ответственности характеризуется конкретными морально-этическими правилами. Деятельность предприятия должна быть направлена на повышение благосостояния общества, и нести ответственность за результаты своей работы.

Таблица

Компоненты КСО как факторы развития форм ГЧП в ДНР

№ п/п	Название формы (контракта)	Социальные обязательства	Социальное реагирование	Социальная ответственность
1	Проектирование, монтаж, сборка, эксплуатация (Design, mounting, build, operation (DMBO))	Предоставление рабочих мест в сфере строительства и управления предприятиями.	Создание и восстановление поврежденных объектов.	Создание социальных объектов.
		Обеспечение населения необходимой инфраструктурой.		
		Выплата заработной платы и социальных выплат.		

2	Эксплуатация, техническое обслуживание, модернизация, реабилитация (Operate, maintenance, modernization, rehabilitate (OMMR))	Предоставление рабочих мест в сфере модернизации и управления предприятиями.	Восстановление поврежденных объектов.	Восстановление социальных объектов.
		Повышение качества инфраструктуры.		
		Выплата заработной платы и социальных выплат.		
3	Управленческие контракты (Management contracts)	Предоставление рабочих мест в сфере управления.	Участие в управлении ликвидации кризисной ситуации.	Участие в управлении благотворительными проектами.
		Повышение эффективности управленческих проектов.		
		Выплата заработной платы и социальных выплат.		
4	Финансирование (Finance Only)	Предоставление рабочих мест в сфере финансирования объектов.	Помощь в финансировании при ликвидации кризисных ситуаций.	Финансирование благотворительных проектов.
		Повышение эффективности проектов финансирования.		
		Выплата заработной платы и социальных выплат.		
5	Лизинг и аренда (Lease contracts)	Предоставление рабочих мест в сфере лизинга.	Передача в аренду объектов в кризисных ситуациях.	Передача в аренду объектов с целью благотворительности.
		Повышение эффективности лизинговых контрактов.		
		Выплата заработной платы и социальных выплат.		

[Систематизировано автором на основании источников 1;3]

Выводы. Таким образом, компоненты КСО можно рассматривать как долгосрочные проекты с целью развития форм ГЧП, и как следствие повышения уровня социально-экономического развития общества и Республики в целом.

Список литературы

1. О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве [Электронный ресурс]: закон Донецкой Народной Республики № 188-ІНС [принят Постановлением Народного Совета 11 августа 2017 г.]. - Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon->

donetskoj-narodnoj-respubliki-o-gosudarstvenno-chastnom-i-munitsipalno-chastnom-partnerstve/ (дата обращения : 20.10.2019)

2. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/> (дата обращения: 20.10.2019).

К ВОПРОСУ О СНИЖЕНИИ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРИРОСТА НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ФОМЕНКО Е.И.,

преподаватель,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Демографическая ситуация Донецкой Народной Республики характеризуется серьезностью и необратимостью негативных последствий, которые выражены рядом процессов: уменьшение численности населения, снижение рождаемости, увеличение смертности (в том числе смертность мужской части населения трудоспособного возраста), миграция населения.

Изложение материалов основного исследования. Все эти и другие процессы подтверждают снижение наличной численности населения Донецкой Народной Республики (динамика показателей приведена на рис. 1) [1].

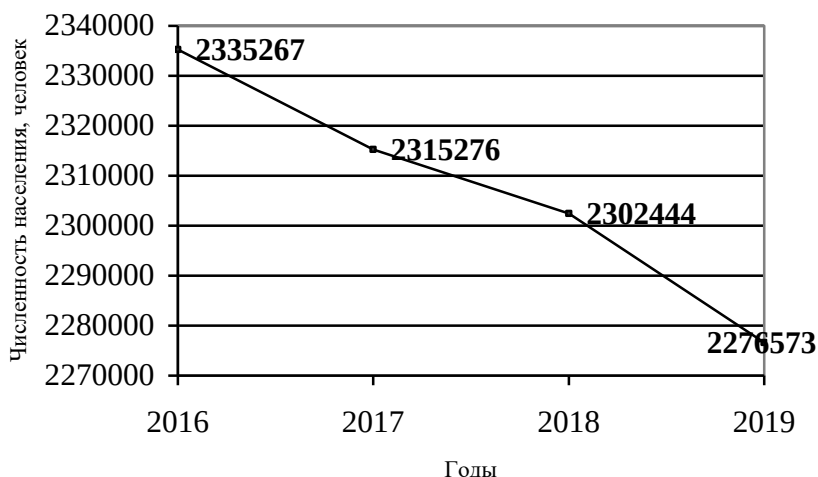


Рис. 1 Динамика наличной численности населения ДНР за 2016-2019 годы

Также на стремительное сокращение указывают статистические данные по состоянию на 1 сентября 2019 года - наличная численность населения ДНР составляет 2 272 118 человек, то есть по сравнению с 1 января 2019 года количество населения уменьшилось на 13 468 человек.

Основной причиной ежегодного снижения населения является естественная убыль, которая не перекрывается миграционным приростом, динамика естественного прироста представлена на рис. 2 [1].

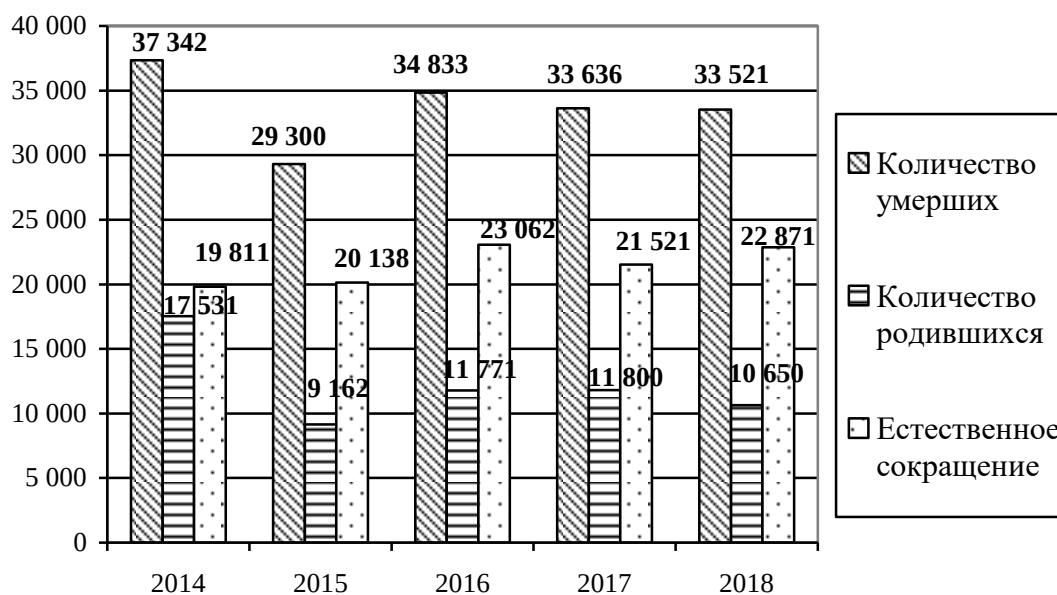


Рис. 2 Естественное движение населения ДНР (2014-2018 годы)

Анализируя данные рис. 2 можно отметить, что в период с 2014 по 2018 год наблюдается снижение естественного прироста. В случае увеличения числа родившихся (2016-2017 гг.), уровень смертности по-прежнему превышает уровень рождаемости примерно в 2 раза. Таким образом, статистические данные указывают на наличие демографического кризиса в Республике, к основным причинам, которого можно отнести:

военно-политический конфликт;

социально-экономическую нестабильность: низкий уровень заработной платы, который является недостаточным для воспроизводства и воспитания молодого поколения; низкий уровень пенсионного обеспечения, который влечет за собой увеличение количества работающих пенсионеров; высокий уровень безработицы; социально-психологический дискомфорт, порождающий неуверенность в будущем; неудовлетворительные жилищные условия молодых людей или отсутствие отдельного жилья; занятость женщин в тяжелом труде;

неблагоприятное состояние окружающей среды;

высокий уровень заболеваемости: рост наследственно обусловленных заболеваний; нездоровый образ жизни населения; снижение качества продуктов питания; алкоголизм, наркомания и т.д.

Следует признать, что решение вышеизложенных проблем повлечет за собой улучшение качества жизни населения и как следствие увеличение средней продолжительности жизни, которая положительным образом повлияет на снижение уровня смертности. Однако реализация государственных социально-экономических мероприятий по урегулированию данных проблем займет достаточно большое количество времени и иных ресурсов, прежде чем появятся конкретные результаты демографической и социальной политики. На основании чего в данный момент является целесообразным проведение расчета средней продолжительности жизни населения Республики (с учетом половозрастной структуры и установления основных причин смерти), а также

показателя ожидаемой продолжительности жизни, который активно используется в качестве комплексного социально-экономического индикатора.

Вывод. Данный анализ позволит выявить наиболее уязвимые категории населения и своевременно предпринять меры по устранению негативных факторов влияния.

Список литературы

1. Главное управление статистики Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – URL: <http://glavstat.govdnr.ru/>

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ

ЧЕРНЕЦКИЙ В.Ю.,

д-р наук гос. упр., доцент,

КРАВЧЕНКО И.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка задачи в общем виде. Во внешней среде организации существует множество угроз: несовершенная законодательная база, налоговое законодательство, меняющиеся стандарты отрасли экономики, плохие коммуникации между главными элементами внешней среды и многое другое.

Для того, чтобы организация благополучно функционировала на рынке и влияние внешней среды было минимальным, необходимо своевременно и регулярно проводить анализ внешней среды. Кроме того, организация способна получить необходимые ей ресурсы из внешней среды, а с помощью анализа не утратит возможность использования потенциала.

Цели исследования. Выявление взаимосвязи между элементами экономической системы и их влияния на организацию в современных условиях

Изложение материалов основного исследования. Для внешней среды организации характерна чрезвычайно высокая степень сложности, неопределенности и динамики. Каждый элемент экономической системы в разной степени влияет на организацию. Основополагающими субъектами влияния на организацию являются государственные структуры, которые выполняют функции правотворчества, правоисполнения, правоохраны и взаимодействуют со всеми элементами экономической системы. Также максимальный эффект на организацию имеют отрасли экономики, которые в свою очередь могут диктовать свои правила, отличающихся от государственного порядка (рис.).

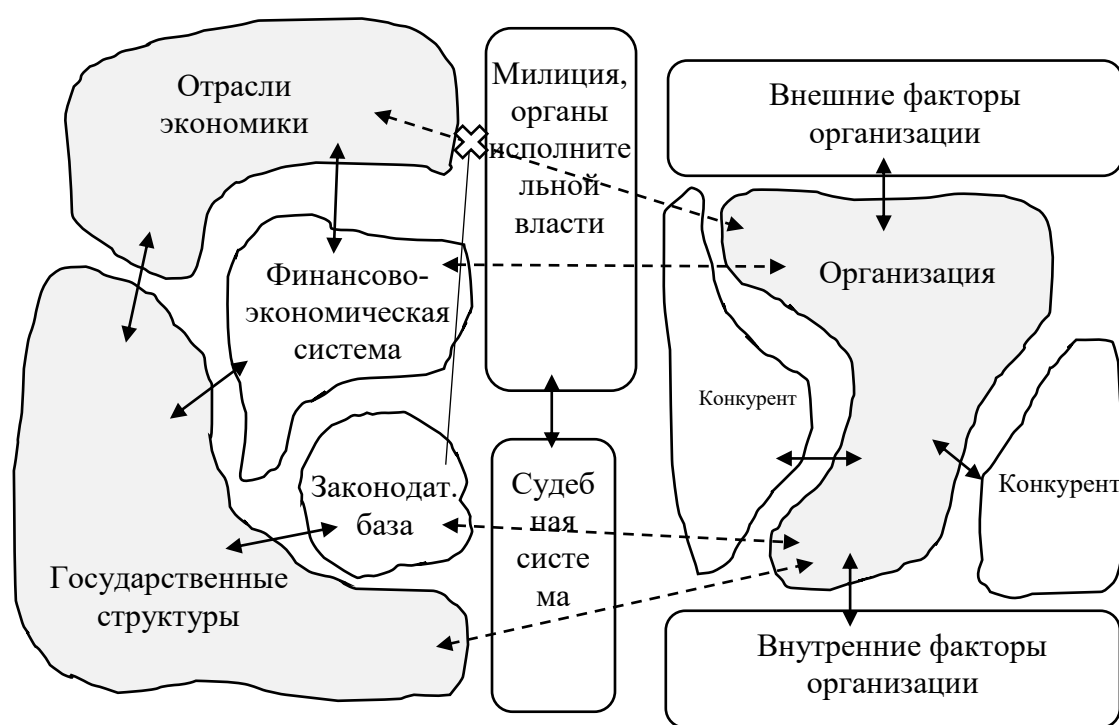


Рис. Влияние на организацию в экономической системе

Частным примером противоречий между элементами экономики можно выделить то, что законодательная база государства способна помешать деятельности организации с отраслями экономики, выходом на внешний рынок и другими субъективными причинами.

На базе противоречий различных элементов экономической системы, возникают кризисы, которые классифицируются на внутренний (эндогенный) и внешний (экзогенный). В соответствии с данной классификацией существует ряд негативных факторов, которые воздействуют на организацию (табл.1,2) [1].

Таблица 1

Группа факторов, связанная с эндогенными по отношению к экономической системе причинами возникновения кризисов

№	Причины кризисов	Факторы, влияющие на деятельность организации
1	Воспроизводственные	Слаборазвитая производственная инфраструктура (связь, коммуникации, транспорт)
		Опережающий рост цен на сырье, энергоносители и транспортные услуги относительно цен на конечную продукцию
		Нехватка трудовых ресурсов (рабочих по специальностям и необходимой квалификации)
		Физический и моральный износ оборудования, мешающий выпуску конкурентной продукции
		Критическое сокращение расходов на НИОКР, использование амортизации не на цели реновации основных средств
2	Структурные	Недостаток потенциала (ресурсов) компаний в ключевых отраслях (нехватка трудовых, финансовых, материально-технических ресурсов; острая потребность в техническом переоснащении)
3	Институциональные	Поддержание многоструктурной экономики (воспроизводство производительных сил и продуктов, связанных с устаревшими технологическими системами)
		Распространение организационно-правовых форм в экономической системе обществ, ограничивающих их эффективное функционирование
4	Организационно-экономические	Преобладающий консерватизм существующих форм организации и управления производством
		Несоответствие содержания и состава рыночной инфраструктуры меняющимся потребностям производства
5	Государственно-экономические	Ограничения, запреты и уголовное преследование в отношении определенных видов деятельности
		Консерватизм форм и методов государственного регулирования экономики

Таким образом, максимальное влияние на организацию имеют государственно-экономические факторы, которые в свою очередь напрямую диктуют правила поведения на рынке позволяют, либо запрещают функционировать в государстве и ближайших странах. Другие факторы,

которые создают кризисы также имеют большое влияние на деятельность организации, это такие как: воспроизводственные, структурные, институциональные и организационно-экономические.

Таблица 2

Группа факторов, связанная с экзогенными по отношению к экономической системе причинами возникновения кризисов

№	Причины кризисов	Факторы, влияющие на деятельность организации
1	Технологические	Появление новых, более передовых технологий, материалов
		Изменение структуры спроса на продукцию в пользу современных образцов
2	Демографические	Депопуляция по естественным или искусственно вызванным причинам
		Увеличение демографической нагрузки на окружающую среду
3	Социокультурные	Разрушение эффективной системы обучения и образования
		Застой в развитии науки
4	Психологические	Разрушающее влияние коррупции во всех сферах жизни
		Отсутствие веры в возможность самореализации специалиста в действующих экономических, социальных и политических условиях
		Многократный разрыв в доходах богатых и бедных групп населения
5	Государственно-правовые	Расширение не легитимных методов построения экономических отношений
		Молчаливое признание незаконной приватизации
		Масштабная легализация нелегальных доходов
		Слабость и пристрастность гражданских и арбитражных судебных систем
6	Военно-политические	Физическое разрушение производственного потенциала организаций регионов, где происходит вооруженный конфликт
		Изъятие из хозяйственного оборота ресурсов, для финансирования военных операций и компенсации за последствия внутренних социальных конфликтов

К экзогенным факторам, которые образуют кризисы, и имеют максимальный эффект можно отнести: военно-политические и государственно-правовые. Такие факторы могут полностью ликвидировать или разрушить организацию. Остальные факторы могут вызывать кризисы в организации, но эффект от них будет не критическим.

Государство способно нейтрализовать противоречия между элементами внешней среды и организацией посредством:

- прямого регулирования деятельности организации;
- регулирования налогов для отдельных отраслей государства;
- изменения и корректировки законодательной базы;
- регулирования стандартов ведения бизнеса;
- заключения международных договоров и соглашений;
- субсидирования деятельности организации, которая приносит положительный эффект для государства.

Выводы. Таким образом, в экономической системе существует множество взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, которые в первую очередь преследуют свою цель, и лишь затем общую. Исходя из этого, происходят глобальные кризисы в экономике, которые организация должна учитывать путем анализа внешней среды и посредством этого способна минимизировать ущерб от данных кризисов.

К внутренним факторам экономической системы, которые образуют кризис в организации можно отнести: государственно-экономические, воспроизводственные, структурные, институциональные и организационно-экономические. К внешним факторам относятся: технологические, демографические, социокультурные, психологические, государственно-правовые, военно-политические.

С целью минимизации эффекта кризисной ситуации, или во избежание кризисов в организации, осуществляется антикризисное управление. Антикризисное управление организацией имеет ряд этапов: диагностика кризисов, разработка антикризисных программ, применение методов преодоления кризисов, контроль результатов. Следуя данному алгоритму, организация станет более приспособленной к внешней среде и достигнет устойчивого положения на рынке.

Список литературы

1. Бобрышев А.Д. Факторы, влияющие на деятельность компании /А.Д. Бобрышев // Вестник Университета (ГУУ) №23. – М, 2015. – С. 45-58.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ЯКИМЧАК А.А.,

ассистент,

кафедра менеджментаб непроизводственной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Во всех современных развитых странах предпринимательство является важной частью экономики, которая приносит немалые отчисления в бюджет страны и повышает занятость населения. Для функционирования и развития предпринимательству необходима поддержка государства, проявляющаяся в обеспечении таких условий ведения бизнеса, которые позволяют предпринимателям различного уровня не просто существовать, но и постоянно повышать прибыль, расширяться, внедрять новации. Сейчас в Донецкой Народной Республики таких условий нет, что обусловлено рядом проблем, которые рассмотрим в этой работе.

Цель исследования. Выявление основных проблем, сдерживающих развитие предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. В предпринимательстве, как и других отраслях экономики республики, существует множество проблем, не позволяющих развиваться им в полной мере. Предпринимательство нуждается в государственной поддержке, которая на сегодняшний день в ДНР практически отсутствует. При этом опыт многих стран показывает, что такая поддержка необходима, и она принимает разные формы. Например, в России деятельность государства направлена на создание благоприятных экономических и организационных условий для развития

предпринимательской деятельности [1]. Отметим, что в зарубежных странах поддержка государства в сфере предпринимательства осуществляется на основе специальных законов, регламентирующих и регулирующих предпринимательскую деятельность. Важнейшим из них является закон, определяющий правовые и экономические основы политики государства в сфере поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. В Украине – это Закон от 22.03.2012 № 4618-VI «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», в Российской Федерации – Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в Беларуси - Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства». В ДНР подобный закон на данный момент отсутствует, и это является важнейшей проблемой, препятствующей развитию предпринимательства и экономики региона в целом, без его наличия государственные органы не в состоянии осуществлять мероприятия по поддержке нуждающегося в них бизнеса.

В ряде стран разработана и реализуется стратегия развития малого бизнеса, в России (от 02.06.2016 № 2083-р) – до 2030 года, Беларуси (от 17.10.2018 № 743) до 2030 года, в Украине (от 24 мая 2017 р. № 504-р) – до 2020 года. Наличие стратегии подтверждает заинтересованность государства в долгосрочном развитии предпринимательства как важной составляющей экономики страны.

Помимо основного закона, связанного с предпринимательской деятельностью в стране, а именно закона «О развитии малого и среднего предпринимательства», существует и множество других, которые можно объединить в следующие несколько групп:

к первой группе необходимо отнести законы, устанавливающие требования к осуществлению предпринимательской деятельности;

во вторую группу входят законы, регулирующие правовое положение участников предпринимательской деятельности;

третья группа включает в себя законы регулирующие отдельные виды предпринимательской деятельности;

в четвертой группе находятся законы регулирующие материальные блага и результаты интеллектуальной деятельности и связанные с ними средства индивидуализации;

пятая группа состоит из законов, направленных на защиту прав и законных интересов субъектов предпринимательской деятельности;

шестая группа включает законы, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность субъектов предпринимательства.

Как видим, количество и разнообразие законов, составляющих правовую основу предпринимательской деятельности, очень обширно. Отметим, что в данное время, в ДНР существует и работают лишь малая часть из них. Помимо несовершенства законодательной базы, к недостаткам поддержки предпринимательской деятельности можно отнести такие явления и процессы как:

различные виды коррупционных правонарушений;

неэффективная кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика государства;

повышенная налоговая ставка, бюрократизация надзорных органов;

не выгодные условия кредитования;

слабая национальная валюта, инфляция, рост цен;

сложные процедуры при получении поддержки от государства.

Указанные проблемы в полном объеме наблюдаются в Российской Федерации [2], следовательно, их появление вероятно и в соседних странах (по сходству менталитета, политических и экономических процессов). Поэтому отмечаем их как потенциально опасные и для ДНР.

Выводы. По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что основной проблемой в развитии малого и среднего предпринимательства в Донецкой Народной Республике является, прежде всего, отсутствие законодательной базы, без которой государственная поддержка предпринимательства невозможна.

Список литературы

1. Никитина Е. С., Прокопьева Е. Л. Государственная поддержка предпринимательской деятельности // Молодой ученый. – 2018. – №18. – С. 354-356. – URL <https://moluch.ru/archive/204/49995/>
2. Халил М. Р. Содержание государственной политики, механизмы, методы и технологии ее разработки и реализации // Молодой ученый. – 2018. – №46. – С. 207-209. – URL <https://moluch.ru/archive/232/53973/>

**СЕКЦИЯ 2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
ОСНОВНЫХ ОТРАСЛЕЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА:
ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА**

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

АНГЕЛОВА Д.С.,

преподаватель,

НАЙДЁН А.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Глобальный экономический кризис, который значительно повлиял на все страны мира, заставил по-новому оценить текущую ситуацию и необходимость перехода к инновационной экономике. Отдельного внимания в сложившихся условиях требуют базовые отрасли народного хозяйства, способные выдержать конкуренцию на внешнем рынке. Одной из таких отраслей в Российской Федерации является машиностроение. России до сих пор не удается разрешить проблему сокращения разрыва между уровнем развития отечественного машиностроения и мирового уровня, повышения его конкурентоспособности. Машиностроительная продукция РФ, кроме военной техники, оказалась неконкурентоспособна на мировом рынке. Доля зарубежных комплектующих в экспорте и импортозамещающей продукции российского машиностроения

велика. Иностранные технологии и производства, которые освоены российскими предприятиями, не всегда соответствуют мировым тенденциям и, в основном, представляют собой продукты, которые завершают свой жизненный цикл на мировом рынке.

Основными препятствиями для развития экспорта и повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий являются: трудности с кредитованием производства и экспорта; отсутствие достаточного опыта для успешной ВЭД; слабое стимулирование предприятиями научной и инновационной деятельности; недостаточное осознание роли патентования и обеспечения защиты авторских прав при экспорте; нехватка высококвалифицированных научных, инженерных и рабочих кадров; рост импорта китайских машин и оборудования в Россию, который с западным импортом вытесняют отечественную продукцию.

Целью исследования является выявление направлений развития экспортной деятельности машиностроительных предприятий ДНР на основе использования опыта РФ.

Изложение материалов основного исследования. Важность экспортной деятельности для машиностроительной компании заключается в том, что качество отечественных разработок новых материалов, продуктов и технологических процессов оценивается по показателям развития экспорта: рост объемов, расширение списка зарубежных партнеров.

Отличительной чертой российских инжиниринговых компаний является то, что они, представляют собой multifunctional научно-производственные комплексы не только производящие готовую продукцию, но и исследующие и разрабатывающие новые технологии, производящие оборудование для собственных нужд. Большинство существующих предприятий в этом секторе были созданы во времена плановой экономики и в данный момент некоторые из этих ресурсов устарели.

Сейчас вступило в действие 10 комплексных Государственных программ, которые направлены на развитие экспортного потенциала машиностроительных предприятий (рис.). Финансирование мероприятий, которое предусмотрено государственными программами осуществляется за счет федерального бюджета и внебюджетных источников [1].



Рис. Комплексные Государственные программы РФ

Поскольку инжиниринговые компании в Красноярском крае традиционно формируют промышленный комплекс, этот регион был взят за основу данного исследования (табл.) [2]. Экспорт товаров отражается в стране последнего известного пункта назначения товаров. По причине отмены таможенной декларации товаров, которые перемещаются в рамках взаимной торговли между Российской Федерацией и государствами-членами Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС, данные о взаимной торговле с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан не предоставлены.

Фактическим инструментом для развития экспортного потенциала предприятия является использование вспомогательных видов экспорта. Поскольку предприятие снабжает мировой рынок технически сложной и эксклюзивной продукцией, необходимо выполнить пусконаладочные работы при установке этого оборудования. Кроме того, в связи с тем, что продукты предприятия имеют продолжительный (в долгосрочном периоде) жизненный цикл, предприятие может одновременно заключать договоры на поставку продукции для заключения договора на обслуживание предоставленного оборудования. Это соглашение упростит процедуру оказания послепродажного обслуживания, поскольку время прибытия специалистов и время простоя оборудования будут сокращены.

Таблица

Экспорт продукции некоторых машиностроительных предприятий
Красноярского края

Предприятие	Экспортируемая продукция	Основные страны–импортеры
«КЗХ «Бирюса»	8418 – холодильное, морозильное оборудование	Казахстан, Белоруссия, Украина, Индия
«ИСС»	8802 – космические аппараты, а также спутники	Франция, Казахстан, США
«Скад»	8708 - Колеса из алюминия	Казахстан, Украина, Польша.
«НПЦ МГД»	8580 – МГД-перемешиватели	Великобритания, Канада, Норвегия, Китай, Казахстан
	8541 – Поворотные миксеры	Великобритания, Канада, Норвегия, Китай, Казахстан
«КиК»	8708 – Колеса из алюминия	Казахстан, Украина, Польша, Узбекистан.

В первую очередь, машиностроительному предприятию необходимо модернизировать технологическое оборудование. Для этого оно должно подать запрос в Красноярский центр поддержки экспортеров на финансирование части

приобретенного оборудования. Кроме того, предприятие также должно арендовать (взять в лизинг) производственное оборудование, а проценты за такую аренду представляется возможным подать для компенсации в рамках государственной программы софинансирования.

Кроме того, необходимо провести ряд мероприятий, направленных на развитие собственного экспортного потенциала:

- 1) наращивание объёма производства и поставки продукции на экспорт в соответствии с заключенными договорами;
- 2) разработка схем снабжения пакетом сервисных и сопутствующих услуг на рынки дальнего и ближнего зарубежья;
- 3) увеличение цены единицы оборудования посредством изменения технологических параметров;
- 4) снижение издержек, связанных с оформлением экспортных поставок посредством привлечения в штат предприятия специалиста по оформлению экспортных поставок.

Выводы. С учетом опыта функционирования предприятий машиностроительной отрасли Краснодарского края, экспортный потенциал машиностроительных компаний ДНР может быть увеличен за счет развития таких взаимосвязанных отраслей как: металлургия, топливно-энергетический комплекс, образовательные учреждения по подготовке управленческих и рабочих специальностей. Производственным предприятиям машиностроения рекомендуется рассмотреть возможности увеличения объемов производства инновационной специализированной продукции, ориентированной на компании нефтегазового комплекса из соседних стран (Монголия, Казахстан).

Предприятия также могут выбрать стратегию развития, которая основана на захвате новых сегментов международного рынка и специализироваться на экспорте за счет увеличения производства отдельных видов продукции, которые недостаточно представлены на международных рынках (металлургия и топливно-энергетическое оборудование).

Список литературы

1. Белякова, Г. Я. Инструменты государственной поддержки развития экспортного потенциала машиностроительных предприятий / Г. Я. Белякова // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 11 (часть 9). – С. 1997-2002.
2. Фокина, Д. А. Факторы формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия / Д. А. Фокина // *Современные проблемы науки и образования*. – 2014. – № 3. – С. 119-130.

СТАРТАП, КАК ФОРМА ФИНАНСОВОГО ПРОЕКТА: ОПЫТ США

АНГЕЛОВА Д.С.,

преподаватель,

ЯКОВЛЕВ А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Научно-техническая политика стала важным элементом внутренней и внешней политики государства. В развитых странах научно-технический прогресс переходит на принципиально новый этап развития, который получил название «Движение на опережение», главная цель которого, это ускоренное развитие новейших инновационных технологий, которых еще нет не у кого.

Цель исследования. Выявление направлений использования научно-технического потенциала и внедрения новых бизнес-идей за короткое время и минимальное вложение средств на примере опыта США.

Изложение материалов основного исследования. США – мировой лидер экономики, страна, которая по уровню развития опережает любую из развитых

государств. Показатели деловой активности внутри США являются «барометром» для мировой экономики, непосредственно влияют на движение цикла и изменения состояния национальной экономики. Развитие экономических процессов в США – один из главных генераторов сдвигов в экономике всего мира. Соединенные Штаты имеют наибольший в мире научно-технический потенциал, который сегодня является решающим фактором динамичного развития экономики и конкурентоспособности.

Американские корпорации твердо удерживают первенство в мире в таких направлениях НТП, как производство самолетов и космических аппаратов, сверхмощных компьютеров и их программного обеспечения, полупроводников и новейших мощных интегральных схем, лазерной техники, способов связи, биотехнологии. На Соединенные Штаты приходится более половины нововведений всех развитых стран. В определенном понимании США является главным «клоном» технических новшеств для всего мира, а Штат Калифорния основа научно-технического потенциала.

Калифорния – это штат с крупнейшей экономикой в стране. Она уникальна огромным количеством предпринимателей, ученых и творческих людей со всей планеты. Всему миру известна, как мировая столица научных исследований и информационных технологий.

«Кремниевая долина» – регион, где расположены крупнейшие компании мира: Apple, IBM, Google, Facebook. С каждым годом количество стартапов растет все больше и больше. Многие страны пытались повторить ее успех, но безуспешно, причина заключается в американской предпринимательской натуре, а также культуре риска и взаимопомощи. В США считается, чем больше фэйлов, загонов, тем лучше для фирмы/предпринимателя, так как ему будут доверять больше, в надежде что он принял ошибки.

Есть американская шутка: «Если в другом штате девушка не будет с тобой знакомиться из-за отсутствия машины, то в Калифорнии, из-за отсутствия стартапа».

Стартап – это хорошая идея для тех, у кого есть мечта создать то, что будет приносить пользу людям и прибыль автору. Данный сегмент не имеет ничего общего с предпринимательской деятельностью, сравнительная характеристика представлена в таблице 1, где можно увидеть:

1. Стартапер, в основном, это молодой человек (потенциальный носитель инновационной идеи);
2. Стартап начинает свою идею на инновациях и инновационных технологиях, чаще всего в сфере IT;
3. Стратаперы не имеют свой личный капитал, все зависит от инвестора в виде вложений (инвестиций).

Таблица

Отличительные особенности предпринимателя от стартапера

Направление	Предприниматель	Стартапер
Участники		Потенциальные носители инновационных идей
Задача	Выйти на самоокупаемость и начать получать доход в кратчайшие сроки	Взрывной рост, продажа бизнеса на IPO
Инновации	Не претендует на уникальность	Инновационная бизнес-идея
Масштабы	Внутренняя аудитория	Глобальный масштаб
Темп роста	Медленный рост	Быстрое масштабирование
Капитал	Собственные средства	Формируется от участия инвестиций
Стратегия выхода	Продажа, передача	Покупка крупной компанией или IPO

В понимании американцев, стартапер – рисковый герой, в тот момент, как провал – обычная ситуация, в будущем которого не повлияет на решение инвесторов. В кремниевой долине устраивают ежегодные конференции, посвященные неудачам. Они их подробно разбирают и делают достоянием бизнес-сообщества, чтобы новая эпоха предпринимателей не повторяли ошибки. Как считают специалисты, надо чтоб над одним проектом работали

представители разных культур, имеющие различные идеи, различные подходы, что позволит найти нестандартный подход к бизнес-идеи и более полно представить ситуацию.

«Go big or go home», лозунг американских инвесторов, которых не интересует «скромный стартап», высокое значение имеют прочные позиции проекта в системе мировых компаний. После расчета и утверждения бизнес-плана, важное условие, «правильно» представить проект, где действует эффект лифтовой презентации.

Выводы. Делая вывод можно сказать, что Кремниевая долина – сообщество, где знания и интеллект наиболее значимый капитал, где инновации и креативность, составляющее условие в развитии всего сообщества залог успеха в будущем, построенном на развитии высоких технологий.

Стартап выступает новой формой ведения бизнеса. На сегодня развитие экономики любой страны определяется тем, насколько в ней развит малый и средний бизнес (особенно в инновационной сфере), а именно развитие стартапа много в чем решает вопрос развития малого бизнеса в стране, а в перспективе страна получает компании с наукоемкой продукцией, и развитый предпринимательский сектор.

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

АРТЁМОВА А.Ю.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ИВАНОВ А.О.,

магистрант,

ДУБРОВ Ю.Ю.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Ключевым звеном развития предприятий, ориентированных на мировой рынок в условиях рыночной экономики является внедрение эффективного механизма управления внешнеэкономической деятельностью. Это в первую очередь связано с ограниченностью ресурсов, передачей технологий и потреблением промежуточных продуктов в производственных цепочках с целью создания добавленной стоимости и экспортируемых продуктов. Наличие вышеупомянутых факторов развития создают конкурентные преимущества как для самого субъекта, так и для национальной экономики в целом.

Цель исследования - рассмотрение особенностей функционального управления внешнеэкономической деятельностью промышленных предприятий и определение методов, направленных на повышение эффективности организации экспортно-импортной деятельности.

Изложение основного материала исследования. Распространение глобализационных процессов в международной экономической системе

привело к формированию многомерной среды для осуществления внешнеэкономической деятельности предприятий и формирования глобальных рынков. Поэтому отечественные предприятия стремятся достичь статуса участника внешнеэкономических связей на мегауровне. Обязательным условием этого процесса является заимствование характерных черт первых и принципов функционирования последних.

Американский экономист М. Портер, известный классик стратегического управления, сказал: «На международном рынке конкурируют фирмы, а не страны. Необходимо понимать, как компания создает и поддерживает конкурентное преимущество, чтобы понять роль страны в этом процессе» [1].

Активизация внешнеэкономического сотрудничества промышленных предприятий является важной стратегической задачей развития страны. В решении этой проблемы ключевую роль играют органы власти, поскольку благоприятные условия для субъектов внешнеэкономической деятельности зависят от их управленческих решений. А именно, экспортеры, импортеры, поставщики, инвесторы и все заинтересованные стороны. Комплекс управленческих решений правительства должен базироваться на тщательно разработанном механизме эффективной реализации и стратегии развития внешнеэкономической деятельности. Активизация внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий является важнейшей предпосылкой стабилизации и экономического роста национальной экономики. Поэтому основной задачей управления деятельностью промышленных предприятий является разработка и внедрение эффективного механизма управления, который укрепляет взаимоотношения сотрудничества и позволяет создавать экономические и социальные эффекты.

Внешнеэкономическая деятельность промышленных предприятий охватывает поставки сырья, материалов, комплектующих, операции по купле-продаже товаров и услуг, движение капитала, трудовую миграцию, обмен опытом, навыками и знаниями, обмен технологиями и др.

Эффективность внешнеэкономической деятельности зависит от эффективной реализации ключевых функций отдела внешнеэкономической деятельности. Ключевыми функциями внешнеэкономической деятельности на промышленных предприятиях являются:

- маркетинговая, отвечающая за обеспечение экспортных и импортных поставок в ближнее и дальнее зарубежье (включает мониторинг рынков, прогнозирование конъюнктуры рынка, экспорт и импорт товаров, заключение договоров, финансовую поддержку рекламы и продвижения). товаров);

- логистическая, включающая предоставление комплекса услуг по экспорту и импорту товаров, организацию перевозок, оформление страховой и гарантийной документации, таможенное оформление;

- налоговое планирование, в том числе мониторинг возможных способов оптимизации налогов и планирование трансфертного ценообразования. Трансфертное ценообразование является характерной чертой международных рыночных отношений. Трансфертная цена является специфической ценой в международном взаимодействии субъектов внешнеэкономической деятельности, которая в значительной степени изолирована от механизма рыночных цен. Экономически правильное определение и постоянный мониторинг трансфертных цен позволят решить проблемы ценообразования во взаимозависимых промышленных предприятиях и их структурных подразделениях. [2]

Анализируя организацию ВЭД крупных отечественных промышленных предприятий, можно выявить существенные отличия их структур от классических схем построения внешнеэкономической деятельности предприятия, что, с одной стороны, объясняется отсутствием опыта организации управления и квалифицированного персонала, а с другой – ошибками функционирования организационных структур предприятий.

Одной из особенностей организации системы продаж экспортной продукции, характерных для предприятий стран СНГ является то, что отдел

маркетинга берет на себя свою несвязанную функцию - прямые продажи продукции на экспорт в страны, близкие к зарубежным. С другой стороны, в число задач отдела внешнеэкономических связей входят те, которые характерны, в целом, для отдела маркетинга.

Особенности управления внешнеэкономической деятельностью заключаются в необходимости выделения и консолидации центров ответственности по функциям работников, вовлеченных в обеспечение сбытовой деятельности предприятия, с разбивкой по функциональным характеристикам: сотрудники коммерческого отдела будут заниматься реализацией продукции на экспорт в ближнее и дальнее зарубежье, а также на внутренний рынок; специалисты по маркетингу и закупкам, которые будут полностью обеспечивать выполнение маркетинговых функций и контрактной работы по типу продукта; ответственные лица за организацию перевозок, будут заниматься таможенным оформлением экспортных поставок, а также управлением доставкой товаров до места назначения.

Стоит выделить такой элемент структуры управления является как юридический отдел, который проводит рассмотрение различных договорных претензий, возникающих между предприятием и его поставщиков и потребителей, антидемпинговые процессы, нарушенные по отношению к предприятию. Помимо противоречий, существует и недобросовестная конкуренция: демпинговый импорт, на который распространяются антидемпинговые меры; государственное субсидирование импорта и т. д. Поэтому, юридический отдел должен расследовать действия конкурентов и выявлять все скрытые проявления демпинга. [3]

Четкое разделение функциональных обязанностей позволит избежать проблем дублирования определенных функций и конфронтации ответственных в отношении полноты осуществления их полномочий.

Решением задач, связанных с отсутствием квалифицированного персонала, будет являться изучение зарубежного опыта в борьбе с этими проблемами и

последующее внедрение, и отлаженная работа системы обучения персоналом, которая бы позволила обучать сотрудников предприятия под конкретные задачи организации, тем самым позволив организации быстро реагировать на определенные ситуации.

Выводы. Таким образом, были рассмотрены особенности функционального управления ВЭД на промышленных предприятиях в ракурсе отдела внешнеэкономической деятельности, в работе которого выделены такие ключевые функции, как: маркетинговое, логистическое, налоговое планирование, а также были предложены методы, направленные на повышение эффективности ВЭД промышленных предприятий.

Список литературы

1. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М.Е. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 947 с.
2. Демьянченко А.Г. Оценка эффективности организационной структуры экспортного бизнеса предприятия [Текст] / А.Г. Демьянченко // Механизм регулирования экономики. – 2009. - №1. - С. 130-137.
3. Белов, А. П. Недобросовестная конкуренция в международной торговле. Понятие. Правовая охрана [Электронный ресурс] / А. П. Белов // Право и экономика. – 2009. - №1. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru/comm/7745>

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

АРТЁМОВА А.Ю.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

КАРАКАЙ А.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время осуществление внешнеэкономической деятельности является особо важным элементом процветания экономики государства. Поскольку в современных условиях для мировой экономики характерно непрерывное изменение конъюнктуры, проблема разработки и внедрения программы мер по поддержке внешнеторговой деятельности страны, а также закрепление и сохранение лидирующих позиций в различных ее направлениях, что, непосредственно, приводит к увеличению удельного веса в мировой торговле, актуальна для любой страны мира.

Изучая опыт зарубежных фирм, следует отметить то, что успех продвижения того или иного товара на внешний рынок зависит не столько от производственных и финансовых возможностей фирмы, сколько от использования маркетинга, ориентированного на потребителя.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей организации маркетингового обеспечения ВЭД предприятия в контексте характеристик применения методов маркетинга при выходе на внешний рынок.

Изложение материалов основного исследования. В современных условиях адаптации и повышения конкурентоспособности товаров и услуг все

больше возрастает роль маркетингового обеспечения внешнеэкономической деятельности, которое позволяет предприятию максимально учесть требования конкретных зарубежных рынков, тенденции и перспективы их развития.

Приняв решение о выходе на рынок определенной страны, предприятие должно разработать оптимальную стратегию проникновения – это, прежде всего, прямой и косвенный экспорт, лицензирование, создание совместных предприятий и прямые инвестиции. Основные стратегии выхода на внешний рынок по степени возрастания риска представлены на рис 1.



Рис.1.Основные стратегии выхода на внешний рынок

Осуществление внешнеэкономической деятельности необходимо для финансирования неизбежного импорта в будущем периоде. Отслеживание реакции зарубежных стран, которая может выражаться как режимом наибольшего благоприятствования (если товар восполняет дефицит предметов первой необходимости, либо является носителем высоких технологий), так и позицией обороны (возведение, своего рода, различных экономических и политических барьеров). Все эти опасности и благоприятные возможности должны быть предопределены посредством международного маркетинга и учтены в стратегии развития ВЭД предприятия.

Стремление в получении большей прибыли, чем на внутреннем рынке, побуждает предприятие к выходу на зарубежные рынки. Эффективность внешнеторговой деятельности предприятия будет зависеть от планирования его

рыночной стратегии, которая осуществляется на трех уровнях характеризующихся определенной длительностью периода и масштабностью ожидаемого результата (рис. 2).



Рис. 2. Уровни планирования стратегии ВЭД

Основу маркетингового обеспечения внешнеэкономической деятельности промышленного предприятия составляют такие процессы как: исследования рынка, разработка программы создания и производства товара, установление цен, налаживание коммуникаций, организация и стимулирование сбыта, НИОКР. В отношении промышленной отрасли маркетинг делает упор на ориентацию производственной деятельности и определение структурной политики предприятия с учетом конкретного платежеспособного спроса.

Крайне важно учитывать разнообразие покупательских и потребительских привычек, обусловленное кросс-культурным фактором. основополагающее качество товара, может быть безразличным для потребителей одной страны, но то же время являться приоритетом для покупателей другой страны. Не существует ни универсального продукта, ни универсального потребителя.

Маркетинговые исследования - это сложный, иерархически структурированный процесс, который состоит из шести этапов и включает в себя: исследование конкретного рынка, потенциальных потребителей, товара и конкурентов.

Конечными результатами комплексного исследования рынка являются:

1. прогнозирование дальнейшего развития данного рынка;
2. оценка конъюнктурных тенденций,

3. выявление наиболее эффективных методов ведения конкурентной политики на определенном рынке;
4. возможности осваивания новых зарубежных рынков, а также осуществление их сегментации;

На основании полученных результатов маркетинговых исследований, которые обеспечивают наличие необходимой информации о внешней среде, предприятие разрабатывает комплекс маркетинга (рис. 3).



Рис. 3. Комплекс маркетинга 4 Р

Конечной целью использования маркетинга принято считать качественный и количественный рост ассортимента, увеличение сбыта и, вследствие, прибыли предприятия. Эти результаты приводят к повышению конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли и страны в целом.

Выводы. Таким образом, система маркетингового обеспечения ВЭД необходима для нормального функционирования процесса разработки и принятия решений, которые вовлечены в процесс обмена ценностями (товарами и услугами) на внешнем рынке на коммерческой или некоммерческой основе.

Список литературы

1. Бесходарный, А.А. Эффективность управления маркетингом: методика оценки // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2012. - № 1. - С. 44 - 47.
2. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 556 с. 25.
3. Основы маркетинга: учеб. пособие/ Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вузовский учебник, 2015. - 752 с.
4. Фролова, Н.А. Выбор стратегии маркетинга предприятия на рынке // Новый университет. Серия: Экономика и право. - 2013. - № 10. - С. 80 - 82.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕМЕНТОВ КОНЦЕПЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ

АРТЁМОВА А.Ю.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ПИХИЕНКО Р.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Закономерности и тенденции развития современной производственно-коммерческой деятельности транснациональных корпораций и финансово-промышленных корпораций указывают, что эффективность их бизнес-процессов основывается на создании мощных логистических систем.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей характеристик отдельных элементов концепции международной инновационной логистики.

Изложением материалов основного исследования. Современное состояние мирового рынка логистических услуг и тенденции его развития характеризуются:

усилением влияния крупнейших логистических компаний (Excel, DHL, Schenker, Panalpina, TNT Logistics, Geodis и др.), которые контролируют более 35% рынка, на процесс организации логистических бизнес-операций;

продолжением консолидации рынка управленческой логистики за счет слияний и поглощений на международном уровне и выходом крупнейших логистических предприятий на новые географические рынки;

возрастанием роли оказания услуг, увеличивают стоимость продукции, как метода повышения конкурентоспособности логистики;

дальнейшим усложнением логистических решений путем все более широкого внедрения IT-технологий.

Усиление конкурентной борьбы за потребителя требует от ТНК снижение затрат, связанных с продвижением продукции на мировых рынках. Особую роль при этом играет логистическая инфраструктура обеспечения функционирования системы международной торговли, под которой следует понимать совокупность хозяйствующих субъектов и направлений человеческой деятельности по обслуживанию движения цепей поставок продукции с точки зрения удовлетворения совокупных потребностей заказчиков (необходимые объемы, место, время потребления товаров при минимальных транзакционных издержках).

К важнейшим элементам мировой логистической инфраструктуры относятся:

1) транспортные коммуникации (железнодорожные, автомобильные, морские и др.), во взаимодействии которых формируются международные транспортные коридоры (МТК) и обеспечивается осуществление смешанных (интермодальных) перевозок. Среди них выделено 9 Европейских МТК и Евразийский транспортный коридор (ЕАТК).

2) транспортно-логистические центры и складские терминалы, обеспечивающие весь комплекс торгово-посреднических услуг, включая таможенное сопровождение грузов и корректировки маршрутизации потоков поставок, операторов связи, телекоммуникаций, системы электронной торговли.

Учитывая значимость потоков инноваций для качественного изменения мировых рынков, получила дальнейшее развитие концепция международной инновационной логистики, которая определяется как систематизированный поток инноваций, циркулирующих как внутри глобальной логистической системы, так и между ней и внешней средой, с точки зрения научно-технического и технологического развития системы.

Целевая функция концепции заключается в том, что логистической инновацией является собственно логистизация, то есть представления управляемой системы в виде текущей модели с целью оптимизации параметров потока. Подчеркнуто, что критерием эффективности осуществления логистических инноваций является повышение валового дохода и снижения общих затрат фирмы, улучшение показателей баланса и, в конечном итоге, обеспечения ее конкурентоспособности на мировых рынках.

Опыт функционирования ведущих ТНК на мировых рынках позволил обосновать, что без продуктивной организации глобальной логистики невозможно достичь четкой работы системы цепей поставок и, как следствие, обеспечить высокий уровень их международной конкурентоспособности.

Выделены важнейшие стратегические подходы, которые наиболее часто используются мировыми ТНК при формировании глобальных логистических систем:

стратегия ориентации на организацию логистических процессов, которая приводит эффективное управление всеми логистическими операциями, увеличивают стоимость продукции;

стратегия ориентации на потребности рынка. В этом случае фирма решает задачу максимально быстрого выполнения заказов потребителей;

стратегия ориентации на работу каналов товародвижения, которая предусматривает тесную координацию логистической деятельности производителя, дилеров, дистрибьюторов с целью полного обеспечения насыщения рынков сбыта и удовлетворения потребностей потребителей.

Выводы. Таким образом, основываясь на сформулированных дефинициях, обоснованы принципы стратегии интегрированной логистики мирового рынка, основанные на оптимизации удовлетворения потребностей рынка, рационализации работы каналов товародвижения, аутсорсинга. Многие ведущие мировые компании делают акцент на стратегической логистике. Особую роль при этом играет логистическая инфраструктура обеспечения функционирования системы международной торговли, под которой следует понимать совокупность хозяйствующих субъектов и направлений человеческой деятельности по обслуживанию движения цепей поставок продукции с точки зрения удовлетворения совокупных потребностей заказчиков (необходимые объемы, место, время потребления товаров при минимальных транзакционных издержках). Все это обеспечивает эффективность комплексной организации логистических процессов. Также на этой основе обоснованы основные направления формирования интегрированного логистического менеджмента (управление заказами, транспортировкой, жизненным циклом системы, запасами, сервисом), национальных корпораций по повышению их конкурентоспособности на мировых рынках.

КСО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА

БЕГАНСКАЯ И.Ю.,

д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

ИВАХНЕНКО А.А.,

студентка бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Условия глобализации заставляют компании рассматривать нематериальную сторону собственной деятельности как важнейший фактор создания ее инвестиционной привлекательности. Корпоративная социальная ответственность (далее КСО) современного бизнеса оказывает колоссальное влияние на деловую репутацию компании, производительность труда работников, рентабельность продаж, а также способствует мобильности предприятия в условиях изменчивой бизнес-среды.

Решению вопросов и проблем, связанных с развитием и внедрением корпоративной социальной ответственности, посвящены работы зарубежных исследователей и ученых, в частности таких как Кэрролл А., Котлера Ф., Маквильямс А., Портер М. Анализ литературы показывает, что достаточно большое внимание уделялось общетеоретических вопросам, таким как подходам и моделям корпоративной социальной ответственности, факторам, влияющим на внедрение корпоративной социальной ответственности. Однако, оценка экономического и социального эффекта от внедрения корпоративной социальной ответственности, повышения эффективности корпоративной стратегии все еще остается сложной проблемой.

Целью исследования является определение факторов и помех внедрения корпоративной социальной ответственности при формировании корпоративной стратегии для повышения конкурентоспособности компаний.

Изложение материалов основного исследования. КСО обрело распространение в международной бизнес-практике еще в середине 20-го века, как важная стратегия развития предпринимательской деятельности и практический механизм нивелирования социально-экономических проблем общества. Эволюция и становление подходов к вопросам социальной ответственности бизнеса может быть представлена следующими основными этапами развития стратегий КСО в мировой практике:

I этап (60-е - середина 70-х гг. XX в.) - активное внедрение благотворительных и меценатских инициатив, выступающих элементами рекламных и PR-стратегий бизнеса при условии разграничения предпринимательской и социальной деятельности компаний;

II этап (середина 70-х - начало 80-х гг. XX в.) - становление стратегической филантропии, ориентированной на превентивное преодоление и профилактику социальных проблем;

III этап (с конца 80-х гг. XX в. и до сих пор) - развитие политики социальных инвестиций на основе взаимодействия предпринимательского и общественного секторов в решении актуальных социальных проблем общества.

В конце XX в. концепция социальной ответственности заняла ведущее место в системе приоритетов западной предпринимательской среды, определяющее стратегическую миссию и философию бизнеса, согласно которой компании, исходя из добровольно принятых этических норм, кроме соблюдения законов и качества товаров и услуг, могут и должны осуществлять социально важную деятельность и отвечать перед обществом за улучшение качества жизни и достижения устойчивого развития.

Стремления выработать универсальную концепцию КСО нашли отражение в стандарте ISO 26000, выданном Международной организацией по

стандартизации. Согласно данному стандарту, КСО определяется через следующие аспекты:

- ответственное отношение любой организации к производимому продукту или услуге, к потребителям, работникам, партнерам;
- активная социальная позиция компании, которая состоит в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участия в решении острых социальных проблем.

Соответственно, данная концепция стимулирует компании принимать во внимание интересы общества, принимая на себя ответственность за влияние деятельности компании на потребителей, стейкхолдеров, работников, общества и окружающую среду в различных видах своей деятельности. Важными атрибутами корпоративной социальной ответственности считается эффективное корпоративное управление, высокая репутация компании, участие в социальных программах, стабильное развитие компании.

Международный стандарт исходит из основных принципов, которые одновременно определяются как стратегические цели реализации КСО, в частности такие:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- добросовестное выполнение требований законодательства (налогового, трудового, экологического)
- инвестиции в развитие человеческого потенциала, производства;
- построение взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами;
- концепция бизнеса, ориентированного на повышение национальной конкурентоспособности;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических и моральных норм в деловой практике,
- формирование гражданского общества посредством реализации партнерских программ и проектов общественного развития.

Одним из самых важных аргументов в пользу необходимости внедрения КСО в практику деятельности компании является то, что социальная ответственность традиционно определяется как активный фактор повышения конкурентоспособности компании и, в то же время, как эффективная стратегия роста уровня жизни населения и достижения устойчивого развития. При этом встает вопрос анализа конкурентных преимуществ социально ответственных компаний.

Исходя из анализа известных практик, внедрение КСО в бизнес-деятельность компаний создает возможности для:

- оптимизации стратегии развития благодаря предотвращению рисков (социальных, экономических, экологических, юридических);

- увеличение объемов продаж и доли рынка;

- мотивации сотрудников компании;

- оптимизации операционных процессов и уменьшение производственных затрат;

- улучшение инвестиционного климата;

- гармонизации отношений с бизнес-средой, правительственными структурами;

- улучшение финансовых и экономических показателей деятельности.

Таким образом, анализ результатов внедрения КСО-стратегий по отдельным названным характеристикам говорит о формировании целого комплекса возможных конкурентных преимуществ для социально ответственных компаний. В частности, как показывают многочисленные исследования, одним из наиболее значимых факторов влияния на рынок спроса, в современных условиях выступает социально ответственный имидж компании. Вместе с тем, названные параметры в целом могут рассматриваться как факторы устойчивого развития бизнеса.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО БРЕНДА ГОСУДАРСТВА КАК ПРЕДПОСЫЛКА ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА

БЕГАНСКАЯ И.Ю.,

д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

ТРОЩИНА М.В.,

ассистент,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современном мире создание положительного имиджа любого государства, главным образом, сводится к конструированию системы представлений, образов, стереотипов, выгодных для общества и руководства, укоренившихся в коллективном сознании того или иного внешнего сообщества. В зависимости от целевой аудитории (бизнес, финансовые круги, спортивные, художественные и другие сообщества, политическое руководство ряда государств, руководство международных организаций и т.п.), а также конкретных задач (политические решения, инвестиции, совместные проекты, туризм) содержание, подбор, форма подачи, акценты и другие технологические параметры соответствующих месседжей могут меняться. В данном контексте, любая имиджевая кампания обязательно должна базироваться на сложившемся в сознании международного сообщества стержневом, обобщающем образе идеи страны, который, в свою очередь, должен быть максимально лаконичным, понятным и положительным. Поэтому процесс формирования эффективного национального бренда выступает ключевым звеном успешного позиционирования государства на международной арене.

Проблему разработки успешного бренда исследовали такие современные авторы, как Д. Аакер, Б. Барнс, М. Гоб, Т. Нильсон, Э. Райс, Дж. Рэнделл, Дж. Траут, П. Фернандес, С. Фурнье, А. Эллвуд, Р. Шоу, Д. Шульц. Вместе с тем, следует отметить, что не существует единого подхода к методам разработки бренда, в связи с чем данные исследования не дают четких практических рекомендаций по данному вопросу.

Цель исследования. Целью данного исследования выступает анализ процесса формирования эффективного бренда государства.

Изложение материалов основного исследования. Актуальность проблемы формирования брендов в новых условиях хозяйствования растет. Господствующие позиции в мировой экономике, в основном, принадлежат компаниям и территориям с большим опытом и сложившимися брендами.

Общепринято, что брендинг необходимо создавать на длительную перспективу с целью накопления основного капитала, выражающегося в лояльности потребителей. При этом, потребителями бренда как торгового, так и национального могут быть как классические коммерческие потребители, инвесторы, так и другие субъекты и/или контрагенты.

Поскольку бренд существует в мировом пространстве, то он формируется с помощью рекламы, фирменного стиля и PR. В свою очередь, экспансия представителей рекламного бизнеса в сферу формирования национальных образов привела к тому, что понятие бренд стало переноситься и на государство. С точки зрения политологии, бренд следует рассматривать как инструмент трансляции властных полномочий и экономического доминирования, а также как действенный механизм по управлению массами.

В целом, под брендом понимают синтез таких понятий и ситуаций [1]: маркетинговый термин, означающий символическое воплощение комплекса информации, связанной с определенным продуктом или услугой и включающим название, логотип, другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы, символы и т.д.); торговая марка со сложившимся имиджем;

сочетание набора торговых марок (название бренда, логотип и т.д.), восприятие их потребителем, а также ожиданий, связанных с товаром или услугами; узнаваемое название или символ (логотип, торговая марка, дизайн упаковки), предназначенный для идентификации товаров или услуг, предлагаемых отдельным продавцом или группой продавцов; не сам товар, а его суть, значение, которое потребитель идентифицирует в пространстве и времени.

В свою очередь, бренд государства (территории) – это символический политический капитал, который предопределяет конкретный социальный эффект, связанный с формированием положительного репутационного образа в мировом сообществе. Кроме того, целесообразно вычленить понятие «территориальный брендинг» в силу того, что он выступает эффективным инструментом позиционирования государства и представляет собой процесс создания, развития и управления брендом, цель которого – формирование конкурентоспособной территории в различных сферах деятельности.

Формирование бренда государства – один из способов создания имиджа и повышения уровня узнаваемости страны ее целевыми группами (туристы, предприниматели, новые жители). В данном контексте, брендинг выполняет просветительную функцию, поскольку с его помощью раскрываются уникальные параметры государства и, в конечном счете, формируется инвестиционная и туристическая привлекательность. Иными словами, это своеобразная расширенная концепция формирования положительного, ярко выраженного национального имиджа, на создание которого влияют сами граждане, историческое прошлое, развитие инфраструктуры и т.д.

Конструирование эффективного и правильного бренда играет важную роль еще и потому, что он помогает обеспечить социальную стабильность, повышает уровень самооценки местных жителей, делая их проживание комфортным, получая дополнительный доход от туристической деятельности. В свою очередь, положительный брендинг помогает ярче продемонстрировать преимущества конкретного государства, позволяя удачно конкурировать за

инвестиции, профессиональные, экономические, культурные, туристические потоки и способствуя формированию положительного имиджа [2].

Что касается привлечения инвестиций в Донецкую Народную Республику, то необходимыми и перспективными являются прямые, эффективно влияющие не только на представителей бизнеса, но и на города, территории и государство, в целом. Однако, в реальности остро стоит вопрос о неосведомленности или ложных представлениях потенциальных инвесторов о нашем государстве, что негативным образом сказывается на деятельности и функционировании отечественных предприятий. В данной парадигме, значительное количество времени и усилий необходимо затратить на приоритетные направления при определении инвестиционной привлекательности ДНР, ее перспективах и особенностях деятельности в глазах зарубежных имеющих и потенциальных партнерах. Тем не менее, длительная разработка такой концепции действует не в интересах государства, поскольку дает толчок к отставанию от главных мировых акторов.

Сотрудничество бизнеса и государства должно осуществляться на основе применения стратегии WIN-win, означающей, что большая победа государства стимулирует малую победу бизнеса. Соответственно, повышение имиджа Донецкой Народной Республики положительно повлияет на популярность продукции с низкой конкурентоспособностью, произведенной в государстве отечественными предприятиями. К тому же, данный подход положительно будет влиять на туристическую сферу в силу привлечения зарубежных туристов, а в долгосрочной перспективе и иностранных инвесторов. В целом, от использования стратегии WIN-win в выигрыше будут государственные структуры и общество, поскольку приток капитала не может быть отрицательным фактором. Так, если в рамках инвестиционного проекта на рынок ДНР придет крупный иностранный производитель бытовой техники, то это частично решит проблему безработицы, наполнение городского бюджета и другие социальные проблемы [3].

На основе анализа реального объема иностранных инвестиций сегодня можно сказать, что ДНР недостаточно конкурентоспособна, чтобы предложить иностранным инвесторам привлекательную для инвестирования почву. Такую ситуацию, прежде всего, необходимо менять посредством трансформации информационной политики как внутри государства, так и извне, при помощи информационных носителей. К таким носителям при формировании бренда можно отнести зарубежные ведомства (послы, консулы), представителей бизнеса, науки, культуры и самих граждан страны. К сожалению, в силу объективных причин, в настоящее время Донецкая Народная Республика в мире ассоциируется как очаг военного конфликта.

Выводы. На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в современных международных отношениях и внешней политике бренд и имидж государства становятся одним из важнейших нематериальных ресурсов и его конкурентным преимуществом. Исследование показало, что эффективное управление брендом формирует чувство доверия, расположения, лояльности различных актов международных отношений. Кроме того, бренд создает условия для привлечения не только зарубежных туристов, но и инвесторов, студентов, специалистов и способствует синергетическому эффекту интеграции национальной культуры, ценностей и достижений государства в мировое пространство.

Список использованных источников

1. Замятин, Д.Н. Имиджевые ресурсы территории: идентификация, оценка, разработка и подготовка к продвижению имиджа / Д.Н. Замятин, Н.Ю. Замятина // Гуманитарная география. – 2008. – Вып. 4. – С. 227-249.
2. Логунцова, И. Территориальный брендинг в современной России / И. Логунцова. – М. : LAP Lambert Academic Publishing, 2011. – 144 с.
3. Старцева, А. Социокультурные особенности позиционирования регионов за рубежом / А. Старцева // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 4. – С. 187-193.

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

БЕЛЕНЦОВ В.Н.,

д-р экон. наук, профессор, профессор,

РЯЗАНОВ Р.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Внешнеэкономическая деятельность является одним из главных векторов развития большинства современных предприятий и организаций, источником поступления продуктов и товаров, производство которых невозможно или затруднительно внутри страны. В настоящее время внешнеэкономическая деятельность характеризуется быстрыми изменениями и ростом важности на международных рынках. В последней четверти XX века в мировом экономическом, политическом, социальном пространстве происходят изменения, что заставляет компании завоевывать экономику большую, чем национальная. Информационно-аналитическое обеспечение ВЭД предприятия является важным инструментом повышения эффективности работы предприятия в целом. Проведение своевременной диагностики ВЭД способно уберечь предприятие от лишних расходов и повысить прибыль от деятельности на внешних рынках.

Цель исследования заключается в обосновании необходимости информационно-аналитического обеспечения внешнеэкономической деятельности

Изложение материалов основного исследования. Современное состояние экономики Донецкой Народной Республики характеризуется высоким уровнем рискованности и нестабильностью развития, такая ситуация требует от управленцев всех уровней существенно новых подходов к управлению, анализу и оценке деятельности предприятий и как следствие, к поиску источников информации, ее сбора и обработки для проведения анализа. При этом, отечественные предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, при выходе на международные рынки должны учитывать уровень конкуренции и ее характер.

При осуществлении предприятием внешнеэкономической деятельности обеспечение конкурентоспособности происходит с использованием принципов и требований к информации. Такая информация является объектом мониторинга, которая согласуется с теорией информационной экономики. При осуществлении внешнеэкономической деятельности важным элементом оценки внешнего окружения и рыночных, отраслевых условий предприятия является исследование спроса, взаимодействия субъектов на рынке, состояния отрасли с целью корректировки стратегии предприятия в определенной ситуации. Такой элемент оценки ВЭД и необходимость его мониторинга исходит из определения конкурентоспособности, в соответствии с теорией конкуренции и теории ситуационного управления.

Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности необходимо для разработки плана и стратегии поведения на международном рынке. А также сопровождает принятие управленческих решений на всех этапах продвижения предприятия от национального рынка к успешности на международных рынках.

Информация является необходимым ресурсом, от количественных и качественных характеристик которого зависит эффективность принимаемых решений и, как следствие, управления.

Рассмотрим методические подходы к оценке ВЭД предприятия (табл.)

Таблица

Примеры методических подходов к анализу ВЭД предприятия

Автор	Подход
Тюрина Н. М. [4]	Предлагает оценивать ВЭД по возможным сценариям развития, анализ идет на основе ожидаемых затрат на единицу продукции в зависимости от спроса на рынке. Аналитическим обеспечением такого подхода является использование симплексной модели, позволяющей проанализировать, какой из возможных вариантов развития событий является наиболее выгодным для предприятия.
Васюк Т. В. [1]	Основан на комплексном подходе и позволяет анализировать ВЭД по таким направлениям как производство, маркетинг, инновации, персонал, риски. Производится расчет фактических значений коэффициентов по этим направлениям внешнеэкономической деятельности предприятия, их сравнение с плановыми значениями.
Галунец Н. И. [2]	Подход основан на оценке эффективности экспортной составляющей внешнеэкономической деятельности предприятия. Мониторинг экспортной деятельности предприятия позволяет улучшить конкурентную позицию на мировом рынке.
Федоронько Н.И. [5]	Использует для оценки ВЭД предприятия показатели эффективности экспорта, эффективности импорта, эффективности ВЭД.
Хитрая А. В [6]	Рассматривает оценку ВЭД предприятия на основе синергетического подхода, предусматривающего оценку эффективности ВЭД предприятия внутри системной работы предприятия.
Нагдиева М.Г [3]	Создание информационного обеспечения путем сбора и систематизированного хранения данных о ценах, качестве и коммерческих условиях поставки является важнейшим подготовительным этапом расчетов цен во внешнеторговой деятельности.

Как видно из табл. для анализа ВЭД используются такие подходы как: сценарный, факторный, системный, синергетический.

Основными источниками информации для анализа внешнеэкономической деятельности является финансовая отчетность предприятия, отчетность по осуществлению импортных и экспортных операций. Источники информации для анализа возможностей предприятия во внешнеэкономической деятельности представлены финансовой отчетностью предприятия, а также данным оперативного учета, является в доступе управленцев.

Выводы. Каждое предприятие ДНР самостоятельно принимает решение об осуществлении своей деятельности, в частности, внешнеэкономической, в условиях неопределенности и риска. Поэтому информационное обеспечение и

анализ ВЭД является важным показателем качественных характеристик эффективности принимаемых решений.

Список литературы

1. Андришин В.П. Факторы влияния на эффективность экспортной деятельности предприятия / В.П. Андришин // Социально-экономические проблемы региона в условиях инновационного развития территорий. IV Междунар. науч.-практ. конф., 30.04. 2014г.: Нижневартовск, 2014. – С. 3–7.
2. Галунець Н. І. Методичні аспекти оцінки економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємств / Н. І. Галунець, Л. М. Васько // Агросвіт. – 2013. – № 1. – С. 50-53.
3. Нагдиева М.Г. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-vneshneekonomi-cheskoj-deyatelnosti-pro-myshlennyh-predpriyatiy>.
4. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник / Н. М. Тюріна, Н. С. Кравацька. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 408 с.
5. Федоронько Н. І. Аналіз ефективності експортних та імпортних операцій / Н. І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. - № 10. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/26.pdf>
6. Хитра О. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на основі моніторингу енергоентропійного балансу (синергетичний аспект) / О. В. Хитра // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2015. - № 5. – с. 182-182.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА СЕРТИФИКАЦИИ ТОВАРОВ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

БЕЛЕНЦОВ В.Н.,

д-р экон. наук, профессор, профессор,

МАТЮХИН А.А.,

студент бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Проблемы обеспечения безопасности и качества продукции становятся все более актуальными в связи с формированием новых экономических отношений при выходе на внешние рынки. В современных условиях безопасность продукции становится одним из значимых факторов обеспечения жизнедеятельности человека, его здоровья и обязательным условием развития общества и государства.

Однако отсутствие сертификации на отечественную продукцию приводит к росту удельного веса некачественных товаров и влияет на здоровье нации. Поэтому именно качество и безопасность являются необходимыми характеристиками, которые требуют централизованного контроля, а сертификация – важнейшей составляющей успешного и равноправного выхода на мировой рынок.

Цель исследования. Определение роли организаций, подтверждающих и определяющих достоверное соответствие товара нормам национальной и международной стандартизации в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. Прохождение процесса стандартизации продукции, в первую очередь, выгодно и необходимо для самого предприятия. Стандартизация товаров и услуг позволяет повысить

уровень конкурентоспособности предприятия. При установлении соответствия товара установленным нормам, товару присваивается сертификат соответствия, что также повышает рейтинг продукции компании на рынке, в некоторых случаях, благодаря сертификации, предприятие получает полное или частичное освобождение от уплаты таможенных пошлин при экспорте/импорте продукции. Примером такого вида сертификата в сфере внешнеэкономической деятельности, является Сертификат о происхождении товара. Данный сертификат свидетельствует необходим при вывозе товара и его реализации на внешнем рынке. При оформлении Сертификата о происхождении товара эксперты изучают источники поступления сырья и материалов для производства готовой продукции, определяют критерии происхождения товара, на основании чего выдают Заключение о происхождении товара.

Проверка соответствия требованиям по происхождению товара предполагает подачу в соответствующий проверяющий орган информации о:

- составе произведенной продукции (материалы, комплектующие);
- происхождении сырья, используемого для производства продукции;
- степени переработки сырья неизвестного или иностранного происхождения;
- степени отличия готовой продукции от используемой для ее производства сырья (материалов, комплектующих).

При проведении экспертизы по изучению технологического процесса производства товара, эксперты выезжают к производителям на предприятия, изучают документацию и подтверждают факт изготовления и технологический процесс производства продукции.

При выходе на международные рынки, товар обязан соответствовать стандартам сразу на нескольких уровнях.

Первый уровень – национальный. Осуществляется государственными и некоммерческими организациями на государственном уровне. Основными целями стандартизации на данном уровне, является установление и реализация

единой технической политики в сфере стандартизации, метрологии и сертификации; защита интересов потребителей продукции и государства; обеспечение конкурентоспособности продукции отечественных производителей. Соответствие нормам подтверждают следующие органы: Торгово-промышленная палата Донецкой Народной Республики (ТПП ДНР), государственные метрологические организации (ГП «Донецкстандартметрология»).

Второй уровень – межгосударственный (европейский). Осуществляется специальными комитетами по регулированию стандартизации, среди которых: CEN – Европейский Комитет по стандартизации, CENELEC – Европейский Комитет по стандартизации в электротехнике. Основными целями межгосударственного уровня, является создание единого европейского рынка, устранение технических барьеров в торговле между странами-членами Европейского Союза.

Третий уровень – международный. Реализация политики стандартизации осуществляется международными организациями, среди которых: ISO – Международная организация по сертификации, IEC – Международная электротехническая комиссия. Целями стандартизации на международном уровне, выступают: упрощенный порядок обмена товарами и услугами между государствами, содействие международному сотрудничеству, устранение барьеров между странами.

На каждом из трёх уровней, действуют требования, которые должны соблюдать предприятия, занимающиеся внешнеэкономической деятельностью. Отечественная нормативно-правовая база создается на основе международных стандартов и имеет с ними прямую взаимосвязь. Данная взаимосвязь устанавливается с целью создания максимального соответствия между стандартизацией различных уровней, что существенно уменьшает время, затрачиваемое на прохождение процесса стандартизации при выходе на внешние рынки.

В Донецкой Народной Республике существуют два отдельных органа, уполномоченных выдавать сертификаты соответствия товара.

ГП «Донецкстандартметрология» осуществляет деятельность в области метрологии и метрологической деятельности, направленной на обеспечение единства измерений и защиту граждан и экономики Донецкой Народной Республики от последствий недостоверных результатов измерений, а также предоставляет Сертификат качества товара «Стандарт Донбасса». Данный сертификат используется товаропроизводителями для повышения уровня своей конкурентоспособности на внутреннем рынке, подтверждает уровень соответствия продукта принятым стандартам и нормам на территории Донецкой Народной Республики.

ТПП ДНР осуществляет выдачу Сертификата о происхождении товара, который в свою очередь, выступает значительным преимуществом для предприятий экспортеров, выходящих на рынки стран-участниц Содружества Независимых Государств. Вся деятельность ТПП ДНР направлена на содействие росту бизнеса в Республике, как в качественном, так и в количественном значении, предоставление предпринимателям возможности участия в выставочно-ярмочных мероприятиях, которые позволяют найти необходимых для ведения бизнеса контрагентов.

Исходя из основной цели ТПП ДНР, которая состоит во всестороннем содействии бизнесу Республики, предлагается перегруппировать перечень предоставляемых услуг по стандартизации и сертификации ГП «Донецкстандартметрология» и перенаправить их часть, отвечающую за стандартизацию и сертификацию продукции, на ТПП ДНР.

Выводы. Таким образом, сегментируя процесс сертификации товаров и услуг в Донецкой Народной Республике, ТПП ДНР будет предоставлять свои услуги, как для предприятий производящих экспортную продукцию, так и для предприятий реализующих свою продукцию внутри Республики. Имея базу предпринимателей и производителей, ТПП ДНР будет проще ориентироваться

в бизнес-пространстве Республики и осуществлять полное содействие бизнесу на территории ДНР и за её пределами.

FUNCTIONAL APPROACH TO STRATEGIC MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IN REGION

ГОНЧАРОВА М.В.,

канд. экон. наук, доцент,

ЩЕРБАНЬ В.А.

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

General problem overview. An activity of a company on the foreign market is carried out in conditions of high-level competition and frequently changing environment. This requires implementation of strategic planning methods and development of in-depth worked out system which includes all the measures and tasks to be completed in order to the company could meet the set long-term goals. The main feature of foreign economic activity is that strategic planning is an integral part of it. Moreover, this is a basic component of company management in general and in most cases cannot be considered apart. Foreign economic activity is characterized by its specific goals, tasks, and functions which are directly related to strategic planning and can't be realized without it.

The main task of planning is to determine the most suitable ways of reaching the set goals. It can be provided by combining not only internal but also external factors of economic growth. Strategic planning is considered helping to determine what tasks the company has to complete and what resources are needed for achieving its goals while acting on the foreign market.

The purpose of the study - determination of what constituted “strategic planning in foreign economic activity”, consideration of its main functions and identification of features connected with implementation on companies of the DPR.

The main part of the study. Any kind of company’s activity can be affected by different factors the main goal of which is to eliminate disorder within the economic environment of the company. Such factors are called management and one of its functions is planning, which plays an essential role in running of any enterprise. [1] In literature, there are many approaches of the study of the term “strategic planning in foreign economic activity”: Kirichenko O. A., Kredisov A.I., Drozdova G.M. However, scientists reasonably prefer to consider strategic planning a part of general company management. Such a decision is based on a theory of that process of company management includes the following functions: planning, leading, organizing, and controlling. They are depicted in figure 1.

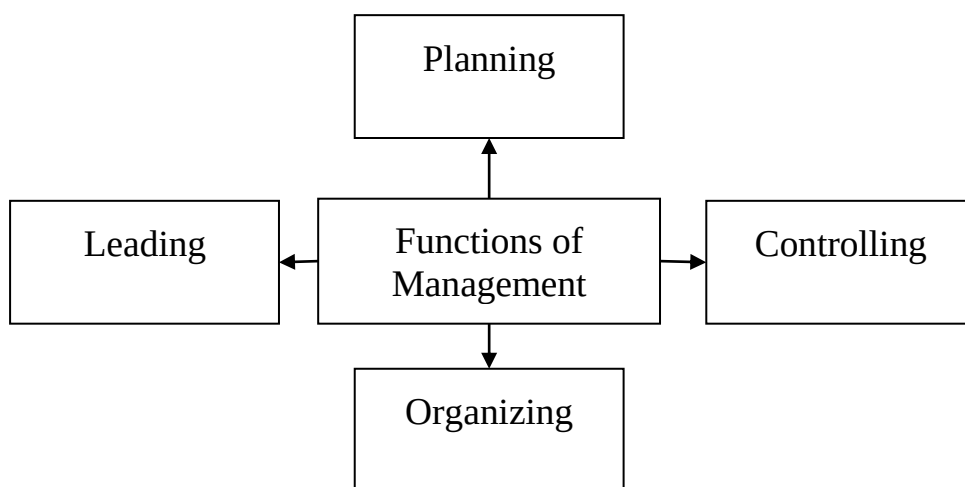


Figure 1. Basic functions of management of a foreign economic activity at a company.

Some scientists, also, use an additional function «coordination» which is a part of planning. It is considered to be realized at the stage of implementation of the strategy provided actual results somehow differ from the desired ones. If it happens, the function of coordination helps to fix the plan and adapt the company to various environmental factors which are also able to affect its status. [2]

The function of planning is the basis of any company's development. A result of strategic planning is a number of decisions, based on deep analysis of both external and internal environment. These decisions are aimed at achieving certain company's goals and are based on four functions of strategic planning which are depicted in figure 2.

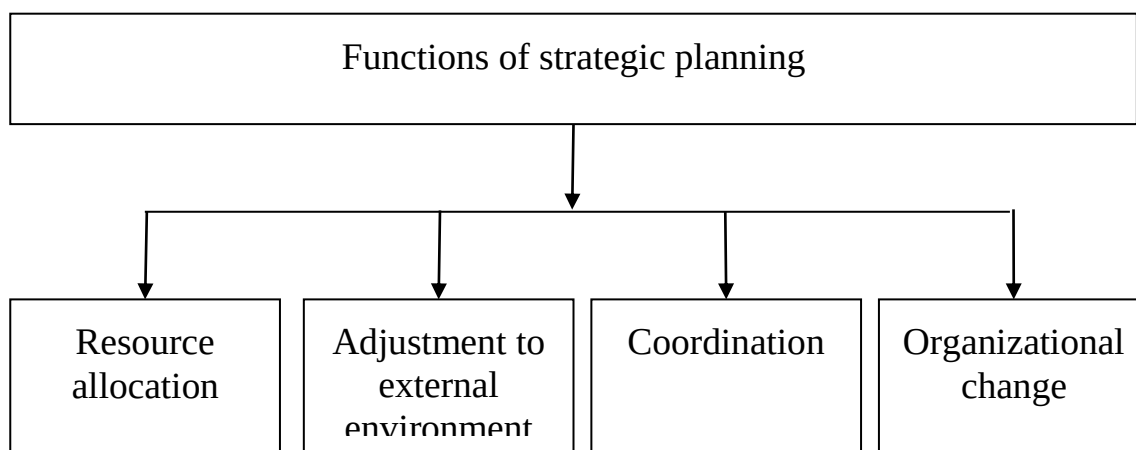


Figure 2. Functional structure of strategic planning of a foreign economic activity at a company [3]

The given functions are interrelated by common goals. In order to have a more clear understanding of planning functions, is required to consider each them apparently:

1. Resource allocation. This process includes planning of usage of various resources, such as material, financial, human, informational and other kinds. Effective distribution between different spheres of the company's activity and search for rational consuming of restricted resources is an essential function of strategic planning.

2. Adjustment to the external environment. The adjustment should be considered to be the ability of a company to adapt to possible changes at the foreign market. At the external environment always exist positive and negative factors. The main purpose of this function is to adjust the company's mechanisms to certain conditions. That means implement competitive advantages and prevent possible threads providing safe and stable development.

3. Coordination. This function means harmonization of efforts between different parts for achieving goals set in the strategic plan. Foreign economic strategy of the company includes a system of interrelated tasks and goals. They are decomposed and divided into smaller components in order to be realized by departments and staff. This happens not spontaneously but by a clearly determined and worked out plan.

4. Organizational change. This function provides the ability to analyze the previous experience of planning and realization. The ability of managers and staff members to see possible ways of the company's improvement in order to reach the set goals. This function becomes obvious while planned restructuring, the creation of new systems and the development of already existing ones. [4]

Conclusion. The basis for a modern company which does foreign economic activity is the development of such model of management which will allow raising management of possessing resources, ability to adapt to changes in foreign markets, and validity to set clear goals and work out the needed measures for reaching them. All the mentioned provides high-performance and stable positions on the foreign market and high level of competitiveness. This study shows that the functional approach is based on the usage of all the general functions of strategic planning which is tightly correlates with basic functions of management. Such an approach helps to reach desired results while managing the company acting at the sphere of foreign economic activity. It is worth mentioning that unstable politic and economic situations in the DPR and shortage of funds needed for giving support to most of the business spheres significantly complicate the implementation of strategic planning at enterprises. Consequently, activation of governmental instruments for creating a business-friendly environment is required. This will stimulate the ability of the domestic enterprises for high-quality strategic management and provide their validity of entering the foreign market.

Literature

1. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://gigabaza.ru/doc/98398.html>

2. Функции менеджмента. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/3051093/page:3/>

3. Стратегическое планирование: сущность и функции. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://studwood.ru/1987370/menedzhment/strategicheskoe_planirovanie_sushnost_funktsii

4. Управление на базе стратегического планирования. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/rGrJtfbvG90/all.html>

МЕХАНИЗМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ГОРБАНЬ В.В.,

студент бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ДУЗЬ А.Н.,

студент бакалавриата,

кафедра хозяйственного права

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Либерализация ВЭД, в отличие от администрирования, должна обеспечивать абсолютный приоритет товарно-денежных, т.е. экономических, рычагов и регулирование международных экономических отношений. Именно они в экономически развитых странах рыночной экономики являются главными элементами механизма хозяйственной деятельности на национальном и международном уровнях.

Цель исследования — выявить структуру механизма внешнеэкономической деятельности.

Изложение материалов основного исследования. В основу

функционирования механизма ВЭД должны быть заложены принципы демократизации, демонополизации и деидеологизации международных экономических отношений, которые предусматривают максимальное сокращение административных ограничений на экспорт и импорт товаров и услуг, предоставление субъектам ВЭД широкой самостоятельности соответственно международной практике.

Под механизмом ВЭД понимается комплекс организационных, правовых, валютно-финансовых, экономических и других методов, которые обеспечивают эффективное взаимодействие национальных субъектов хозяйственной и другой деятельности с мировыми, с целью ускоренного развития продуктивных сил государства и улучшения социально-экономических условий жизни населения (рис.).

Практические мероприятия по созданию механизма ВЭД предусматривают три основных блока:

- формирование необходимой законодательной базы;
- создание рыночной экономической среды;
- развитие институциональных структур, которые регулируют ВЭД.

Тем не менее, решение этих проблем еще не означает решения дела. Важными элементами внешнеэкономического механизма в условиях рыночной системы являются: валютная, кредитная, депозитная, налоговая, ценовая и таможенно-тарифная политика.

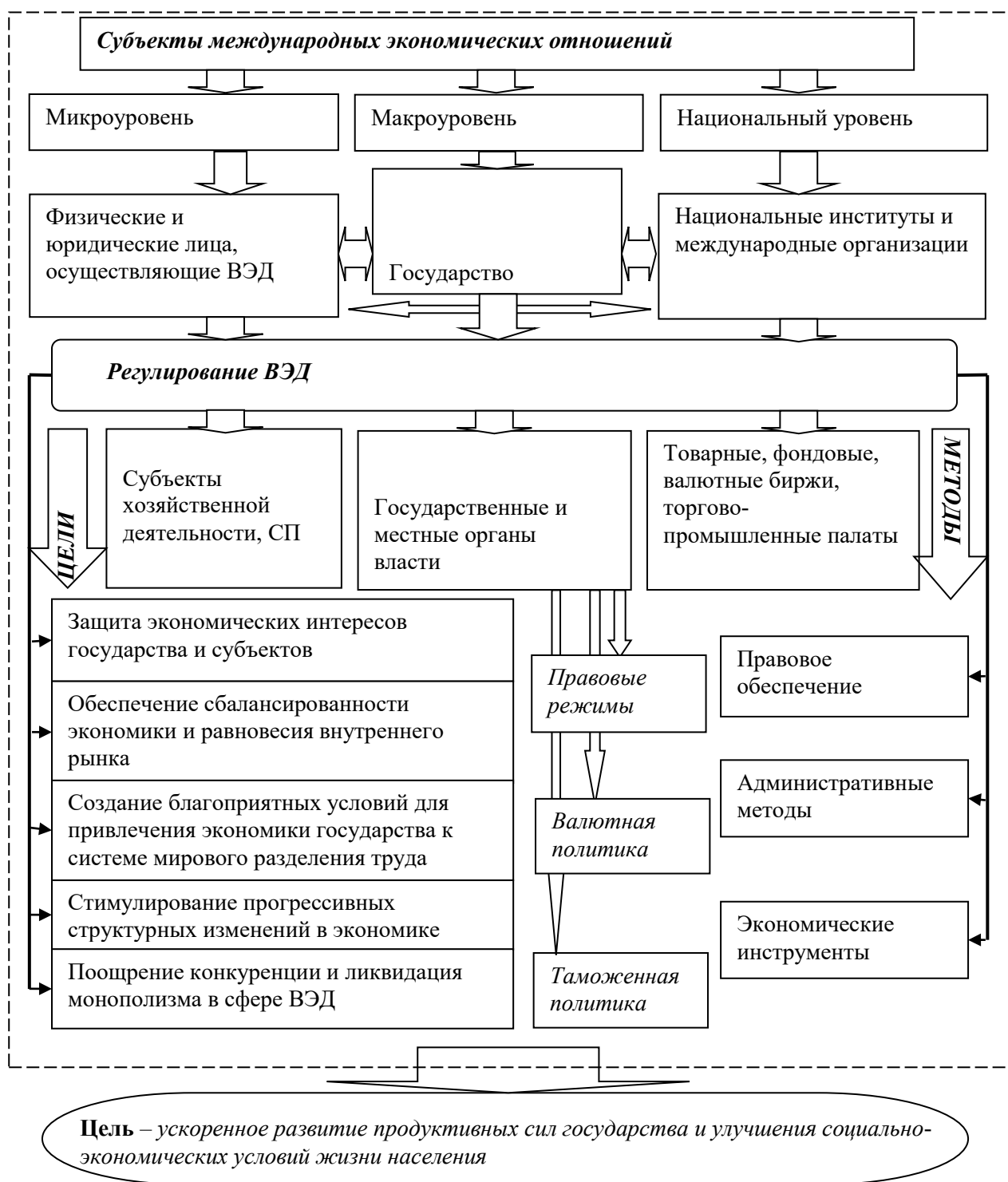


Рис. Механизм ВЭД

Ключевым элементом механизма ВЭД выступает валютная политика, которая представляет собой совокупность мероприятий государства и национального банка в сфере валютных отношений (валютные ограничения,

регулирование валютных курсов, импортные депозиты и др.) с целью влияния на платежный баланс, валютный курс и конкурентоспособность национального производства.

Базовым фактором повышения деловой активности среди национальных товаропроизводителей и экспортеров, а также иностранных инвесторов является формирование современной системы налогообложения экспортно-импортных операций и прибыли СП. Значительную роль в стимулировании экспорта сыграют налоги и прочие льготы, которые предоставляются производителям при определенных условиях. Учитывая жесткую конкурентную борьбу на мировых рынках, важно стимулировать налоговыми и другими льготами малый и средний бизнес в его старании завоевывать соответствующие внешние рынки и включиться в международную хозяйственную деятельность.

Все более очевидным является и тот факт, что нерешенность ряда внутренних проблем сдерживает дальнейшее движение к открытой рыночной экономике. Такой проблемой выступает проблема цен и ценообразования, поскольку внутренняя структура цен существенно отличается от структуры цен на мировом рынке.

Основу механизма ВЭД составляет таможенная политика государства, которая призвана выполнять функцию защиты внутреннего рынка. Проблема уровня таможенных тарифов является довольно сложной и требует учета не только конкретной ситуации страны, но и общих закономерностей международного товарного обмена. Высокие таможенные тарифы сдерживают импорт, повышая тем самым цены на внутреннем рынке, и защищают неэффективного местного производителя.

Выводы. Механизм ВЭД представляет собой направляющее воздействие государственных органов власти на внешнеэкономическую сферу с использованием определенного инструментария на основе созданной правовой базы. Субъектами в механизме ВЭД выступают: государственные органы

власти, нормативно-правовые акты и инструменты воздействия. Механизм ВЭД призван обеспечить баланс взаимных интересов, согласование функций, прав и ответственности субъектов внешнеэкономического комплекса на макро-, мезо- и микроуровнях регулирования. Данное регулирование осуществляется в виде валютной, кредитной, депозитной, налоговой, ценовой и таможенно-тарифной политик.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО – ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ДЕМИНА Т.Н.,

преподаватель,

РЫБАЛКО А.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Основным средством повышения эффективности общественного производства, совершенствования структуры экономики, обеспечения экономического роста и решения социальных задач является научно-технический прогресс (НТП).

Научно технический прогресс - постепенное движение науки и техники, эволюционный развитие всех элементов производительных сил общественного производства на основе широкого познания и освоение внешних сил природы, это объективна, постоянно действующая закономерность развития материального производства, результатом которой является последовательное

совершенствование техники, технологии и организации производства, повышения его эффективности.

Решающее влияние научно-технического прогресса на экономическое и социальное развитие объясняется тем, что: во-первых, использования в производстве новой техники, технологии и информационных систем становится ведущим фактором роста производительности экономических ресурсов, во-вторых, НТП положительно влияет на совершенствование структуры экономики; в-третьих, применения новейшей техники и технологии производства обеспечивает повышение качества продукции (услуг).

Научно-технический прогресс создает широкие возможности для неценовой конкуренции. Монополизация экономики является закономерным следствием большого скачка в концентрации промышленного производства под влиянием научно-технического прогресса.

Научно-технический прогресс способствует росту производства продукции путем конкуренции между производителями в борьбе за сохранение отдельного сегмента рынка.

В условиях глобализации экономических процессов и особенно, когда остро стоит проблема наращивания промышленного потенциала региона, расширение вместимости рынков сбыта отечественной продукции, оценки уровня конкурентоспособности и соответственно эффективности деятельности производителя), необходимо решать проблему повышения конкурентоспособности потребителей продукции. Они будут определять целесообразность предложения, размеры будущего производства товаров, будут способствовать созданию условий для роста эффективности работы предприятия-заказчика.

Конкуренция является основным инструментом регулирования рыночной экономики и важной частью рыночной среды деятельности промышленного предприятия. Конкуренция-это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между предприятиями, что выступают на рынке с целью

обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей и получения крупнейшего прибыли.

Конкуренция – объективный экономический закон развитого товарного производства, действие которого является для товаропроизводителей внешней принудительной силой к повышению производительности труда на своих предприятиях, увеличение масштабов производства, ускорение научно-технического прогресса, внедрение новых форм организации производства, форм и систем заработной платы.

В рыночных отношениях конкуренцию как естественное и объективно существующее явление - можно рассматривать как закон товарного хозяйства, действие которого для товаропроизводителей является сторонней принудительной силой к повышению производительности труда на своих предприятиях, расширение масштабов производства, ускорение научно-технического прогресса, внедрение новых форм организации производства и систем зарплаты и прочее.

Положительная роль конкуренции в рыночной экономике проявляется в ряде функций, что она выполняет. Как показывает мировой опыт, конкуренция охватывает все связи производства и потребления, является единственно возможным средством достижения сбалансированности между спросом и предложением и в итоге - общественными потребностями и производством.

Конкуренция выполняет функцию общения (кооперации) и согласования интересов производителей. В результате раздела труда интерес каждого из них связан и взаимодействует с интересами других товаропроизводителей.

Конкуренция принуждает товаропроизводителей снижать индивидуальные производственные расходы, требует от предпринимателей постоянного совершенствования технической базы производства, нахождения путей экономии сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов, рабочего времени.

Конкуренция стимулирует повышение качества продукции и услуг. Эта функция приобретает особое значение в нынешних условиях развития науки и технологии, когда каждому производителю предоставляется возможность совершенствовать потребительские качества изделий, отвечая на растущие потребности и изменение вкусов потребителя. Конкуренция побуждает производителей внедрять новые виды продукции, а также проводить различные модификации одного и того же продукта;

Исторически важной функцией конкуренции является формирование рыночной цены. С ее помощью конкуренция обеспечивает сбалансированное соотношение между общественными потребностями и общественным производством.

Выполняя эти функции, конкуренция непосредственно влияет на эффективность производства, повышая его технический уровень, обеспечивая улучшение качества и расширение номенклатуры продукции.

Конкуренция стимулирует научно - технический прогресс, оживляет рынок, благотворно действует на цены, вызывает к жизни новые формы сервиса, заставляет производителей осуществлять активную инновационную политику.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

ДИБАРОВ У.Р.,
частный предприниматель,
г. Андижан, Республика Узбекистан

Постановка проблемы в общем виде. Международная торговля – наиболее динамичная область мировой экономики, которая представляет собой процессы купли-продажи товаров и услуг, осуществляемые между покупателями, продавцами и посредниками в разных странах. Чтобы

приспособиться к законам мирового рынка, их надо прежде всего изучить, понять, чем руководствуются в своей практике наши экономические партнеры, каковы принципы деятельности разнообразных международных организаций. Данной теме посвятили свои научные работы такие ученые как А. Смит, Д. Рикардо, Э.Хекшер, Б. Олин, П. Самуэльсон, В. Леонтьев и др.

Целью исследования является рассмотрение процессов международной торговли с точки зрения теории сравнительных преимуществ.

Изложение материалов основного исследования. Сегодня международная торговля является частью повседневной жизни. Американцы ездят в японских автомобилях, французы пьют шотландское виски, шведы едят французский сыр, канадцы импортируют корейские компьютеры, русские покупают греческие апельсины. Мы все зависим от товаров и услуг, создаваемых в других странах. Страны торгуют друг с другом в надежде получить выгоду от сделок. И они ее получают, поскольку торговля позволяет государствам обменивать товары, которых у них избыток, на то, что им необходимо. Некоторые территории, в силу природно-климатических условий, могут производить то, что другим недоступно. Одни страны, например Заир и Южная Африка, имеют огромные запасы полезных ископаемых. Другие – например, Гондурас и Гватемала, благодаря климату имеют возможность выращивать тропические фрукты. Третьи, например Япония и США, располагают гигантскими техническими ресурсами и квалифицированной рабочей силой. В каждом из перечисленных случаев названные условия обеспечивают стране абсолютные преимущества при производстве отдельных товаров и услуг.

Основоположником теории абсолютных преимуществ является А. Смит. Суть его взглядов состоит в том, что основой развития международной торговли служит различие в абсолютных издержках. Торговля приносит больший экономический эффект, если товары будут ввозиться из страны, где

абсолютные издержки меньше, а вывозиться те товары, издержки на которые в данной стране ниже, чем за рубежом.

Большинство государств, однако, не имеет абсолютных преимуществ. Но, тем не менее, участвует в международной торговле. Объяснение данному факту дал почти 200 лет назад английский экономист Д. Риккардо. В своей книге «Начала политической экономики и налогообложения» (1817 г.) он доказал, что межгосударственная специализация выгодна не только в тех случаях, когда какая-либо страна имеет абсолютные преимущества в производстве и сбыте данного товара по сравнению с другими странами, т.е. не обязательно, чтобы затраты на производство этого товара были меньше по сравнению с затратами на аналогичные товары, созданные за рубежом. Вполне достаточно, по мнению Д.Рикардо, чтобы эта страна экспортировала те товары, по которым у нее есть сравнительные преимущества, т.е. чтобы по этим товарам соотношение ее затрат с затратами других стран было бы более благоприятным для нее, чем по другим товарам.

Сравнительные преимущества — главный двигатель международной торговли. Страны торгуют между собой, потому что они могут покупать товары у других стран по более низкой цене. Разница в издержках производства возникает в результате различий в методах производства и в доступности факторов производства. Кроме того, экономия на масштабе производства делает его специализацию эффективной.

Таким образом, рациональное ведение хозяйства — использование определенного количества ограниченных ресурсов для получения желаемого результата — требует, чтобы любой товар производился той страной, у которой ниже издержки, т.е. той страной которая располагает сравнительными преимуществами. Например, США экспортирует самолеты, трактора, пшеницу, электронно-вычислительную технику, оптические приборы и др. Вместе с тем, США импортирует суда, некоторые марки автомобилей и мотоциклов, обувь, одежду. Великобритания имеет сравнительные преимущества в производстве

тракторов, взрывчатых веществ, красок, шерстяных и меховых изделий, но не имеет их в производстве стали, синтетических и хлопчатобумажных тканей, обуви, одежды. Саудовская Аравия имеет относительные преимущества в производстве нефти, т.к. располагает крупными месторождениями. Она может добывать нефть дешевле по сравнению с другими странами, так же, как Чили и Замбия могут относительно дешевле добывать нефть. Соответственно эти страны добывают, производят и экспортируют названные полезные ископаемые.

Однако даже если страна обладает сравнительным преимуществом в производстве какого-либо товара, это преимущество может быть реализовано лишь в случае, если мировая цена на данный товар будет выше внутренней.

В контексте данного вопроса можно отметить, что по мнению специалистов Всемирного банка (ВБ), двигателем мировой экономики в ближайшие 25 лет станут развивающиеся страны. Благодаря которым к 2030 году мировой ВВП удвоится, подсчитывает ВБ. Объем мировой торговли к 2030 году вырастет более чем втрое, до 27 трлн. долл., а доля торговли в мировом ВВП – с четверти до трети. Половину этого прироста обеспечат развивающиеся страны. Стоит также отметить, что 25 лет назад на развивающиеся страны приходилось лишь 14% импорта, сейчас – около 40%, а к 2030 году будет приходиться более 65% [1].

Выводы. Международная торговля выгодна для всех ее участников. Каждая страна может найти свое место на мировом рынке, используя то, чем она богата и в чем у нее есть относительное преимущество. Даже такие небольшие по размеру страны мира, как, например, Голландия, Израиль, Колумбия, не имеющие возможности развивать промышленные отрасли, получают высокие доходы, например, от поставки цветов на мировой рынок. Многие из богатейших стран мира обязаны своим благополучием международной торговле. Специализация, основанная на использовании принципа сравнительных преимуществ, обеспечивает более эффективное

размещение мировых ресурсов и рост мирового производства соответствующих товаров, а также способствует росту уровня и качества жизни населения с помощью товарообмена с другими странами.

Список литературы

1. Аналитический обзор Всемирного Банка (прогноз 2030)
[Электронный ресурс] / <http://www.finmarket.net>.

STAATLICHE LENKUNG DES KLEINEN UND MITTLEREN BUSINESS IN DEN EU-LÄNDERN

KOKER J.,
Unternehmer,
Bremen, Germany

Schaffen der neuen Arbeitsplätze, Versorgung der Konkurrenzfähigkeit der europäischen Wirtschaft auf dem Weltmarkt, hohe Effektivität des Innenmarktes, Exportorientierung, Innovation, Know-how, Qualität des Bevölkerungslebens und sogar Staatssicherheit - diese und andere bestimmende Faktoren werden dem kleinen und mittleren Business im Europäischen Union auferlegt.

Es ist damit verbunden, dass die Vertreter des kleinen und mittleren Business nach der Anzahl und nach den Umfängen des Bruttoinlandsproduktes, das in den EU-Ländern hergestellt wird, einen bedeutenden Platz belegen. So gewährleistet in Deutschland der KMB-Sektor 57 % von BIP, und in der Struktur der Subjekte von der wirtschaftlichen Tätigkeit Polens nimmt der gegebene Unternehmenstyp 99,8 % ein. Die kleinen und mittleren Unternehmen der EU sind auch als aktiven Teilnehmer der Außenwirtschaft, weil sie bis zu 50 % der hergestellten Waren und der Dienstleistungen exportieren.

Die Kriterien, laut deren die Unternehmen dem Sektor des kleinen und mittleren Business zugerechnet werden, sind für alle EU-Länder identisch. Kategorie der Mikro-, kleinen und mittleren Unternehmen besteht aus den Subjekten, deren

Stellenplan weniger als 250 Personen aufzählt, der jährliche Umsatz übertritt €50 Mio. nicht und\oder die Summe der jährlichen Bilanz übertritt €40 Mio. nicht. Dabei klären sich die angegebenen Kennziffern für das Kleinunternehmen wie 50 Personen und\oder €10 Mio., für das Mikrounternehmen - 10 Personen und\oder €2 Mio.

Im Europäischen Union sind die überwiegende Mehrheit der Subjekte von kleinen Unternehmen die Alleinbesitze und die Partnerschaften.

Die Hauptvorzüge KMB sind: Funktionieren auf dem lokalen Markt; schnelle Reagieren auf die Veränderung der Marktkonjunktur; direkte Wechselbeziehungen mit den Käufern; enge Spezialisierung auf einem bestimmten Warenmarkt und auf dem Dienstleistungsbereich; Möglichkeit, das Business mit dem kleinen Startkapital zu beginnen; hohe Aufnahmefähigkeit zu den Innovationen und Neuerungen; Heranziehung der breiten Bevölkerungsmassen in die aktive Unternehmertätigkeit

Laut Angaben der Weltbank, bleibt es aus gegründeten Kleinunternehmen nach dem Jahr ihrer Existenz nur ungefähr 50 %, nach 3 Jahren - 7-8 %, und endlich bleibt es nach 5 Jahren nicht mehr als 3 %.

Deshalb werden mit der Absicht der Verbesserung des rechtlichen, Steuer- und administrativen Klimas für die Kleinunternehmen die Unterstützung- und Entwicklungsprogramme des kleinen Unternehmens erarbeitet.

Die Erfahrung der EU-Länder zeigt, dass die staatliche Unterstützungspolitik am wirksamsten ist und man kann der Entwicklung verwirklichen, wenn es spezialisiertes Regierungsorgan gibt, das die ausreichenden Ressourcenmöglichkeiten und Kompetenz hat. In Großbritannien es ist Nationale Agentur für die Kleinbusinessbedienung (SBS) im Bestande vom Ministerium des Handels und der Industrie (DTI), in Deutschland – Generaldirektorium des kleinen und mittleren Business, des Handwerkes, der Dienstleistungen und der freien Berufe (DG VIII) im Bestande vom Föderalenministerium der Wirtschaft und der Technologien (BMWA), in Ungarn - Nationale Rat für die Entwicklung des Unternehmertums und das Ministerium der Wirtschaft und in Polen – Departement des Handwerkes, des kleinen und mittleren Unternehmertums beim Ministerium der Wirtschaft.

Die Entwicklungsstrategien des KMB sind in allen Staaten der EU auf die Erhöhung der Flexibilität, Immunität und Konkurrenzfähigkeit der Unternehmen in der Wirtschaftsglobalisierung einzelgerichtet und orientieren sich auf die Ausführung der folgenden Aufgaben: Entwicklung des Ausbildung- und der Umschulungssystems der Fachkräfte für KMB; Stimulierung der Innovationstätigkeit; Hilfe im Transfer von neuen und Spitzentechnologien für die Erhöhung der Exportmöglichkeiten des KMB; Verbesserung der Wechselwirkung der staatlichen Institutionen, Partner- und gesellschaftlichen Organisationen mit der Absicht der effektiven Realisierung der nationalen und europäischen Unterstützung- und Entwicklungsprogramme von KMB; Reduzierung der bürokratischen Prozeduren im Unternehmertum; Entwicklung der Informationstechnologien und des elektronischen Business; Erhöhung der Konkurrenzfähigkeit der Produktion von KMB auf den Weltmärkten; Entwicklung der produktions-technologischen Kooperation im Rahmen der Territorialkomplexe mit der großen Menge von KMB; Mithilfe in der Internationalisierung des KMB; Hilfe in der Startkapitalsformierung für die jungen Unternehmen.

Die Verbesserung der Steuerumgebung für die kleinen und mittleren Unternehmen ist einer der Schlüsselaspekte der Initiativen auch, die sich in der Richtung der staatlichen Lenkung verwirklichen. Mit der Förderungsabsicht der Entwicklung des KMB-Sektors, laut der Empfehlung der EU, werden die Mitgliedsstaaten zur Anwendung solcher Steuerveranstaltungen gerufen, die die negativen Untersuchungen der Anwendung des progressiven Hebesatzes der Lohnsteuer im solchen Teil verringern, der die reinvestierte Gewinne betrifft.

Die Unterstützung des kleinen und mittleren Business geschieht auch auf dem internationalen Niveau. So wird die Europäische Investitionsbank bis zum 2011 berechtigt sein, 30 Mrd. Eurokredite für die Unterstützung des kleinen und mittleren Business zu gewähren. Und in 2007 hat die Summe der Kreditgewährung des gegebenen Sektors 5,2 Mrd. ausgemacht.

Aus den vorstehenden Informationen folgt es, dass der Sektor des kleinen und mittleren Business den zentralen Platz in der europäischen Wirtschaft besitzt, weil es

den bedeutenden Einfluss auf die wirtschaftliche, soziale und wissenschaftliche Entwicklung der Mitgliedsländer bezeugt. In diesem Zusammenhang wird der Lenkung und der Unterstützung der KMB-Tätigkeit die große Aufmerksamkeit sowohl auf dem staatlichen, als auch auf dem internationalen Niveau gewidmet.

ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИИ

КОСТРОВЕЦ Л.Б.,

д-р. экон. наук, доцент, ректор,

ГНУСАРЕВА В.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Современная экономика весьма сложна и многопланова, она призвана сформировать условия для самых различных видов деятельности субъектов хозяйствования. В зависимости от того, как организована экономика, на каких принципах эта организация базируется, можно определить, с какими задачами она в состоянии справиться, какие интересы общества в различных сферах она может удовлетворить.

В обеспечении стабильного функционирования любой современной экономической системы значительная роль отводится государству. Государственное воздействие на экономику страны имеет долгую историю. Государство на протяжении всего существования влияет на экономические процессы, таким образом, государственное воздействие следует представлять, как систему субъектно-объектных взаимодействий, включающую в себя организационные структуры регулирования, экономические формы и методы

регулирования, а также правовые нормы и акты.

Цель исследования – обобщение форм и методов государственного регулирования экономики в современных условиях развития.

Изложение материалов основного исследования. Управление социально-экономическим развитием территорий осуществляется органами государственного управления через систему разнообразных форм, методов и инструментов. В совокупности эти инструменты обеспечивают достижение поставленной цели экономического развития, а также решение существенных экономико-социальных задач надлежащего этапа развития национальной экономики, регламентируют хозяйственные отношения в окружении.

Можно выделить следующие формы управления социально-экономическим развитием территорий:

1) государственное регулирование отраслей, объектов. Полностью или частично используется по отношению к предприятиям, организациям, обладающим стратегическим значением для экономики и общества в целом, представляющим социальную угрозу, нуждающимся в существенной государственной поддержке (военные, оборонные, энергетические, заповедники, музеи, парки и т.д.);

2) налоговое регулирование – осуществление координации путём установления объектов налогообложения, назначения и дифференциации налоговых ставок, введения налоговых льгот, освобождение от налогов (в этом же направлении воздействует и введение пошлин, таможенных сборов);

3) денежно-кредитное регулирование – воздействие на финансовое обращение и объём денежной массы. Это регулирование способно поменять денежные потоки и накопления и таким образом напрямую воздействовать на экономические процессы, а также бороться с высоким уровнем инфляции;

4) бюджетное регулирование – распределение средств государственного бюджета по разнообразным направлениям их расходования, определение дополнительных (кроме налоговых) платежей в бюджет;

5) ценовое регулирование – установление предельного уровня цен, а также запретов их увеличения свыше установленного уровня. При этом, ущерб, причиняемый продавцам, может быть возмещен государственными дотациями;

6) социальное регулирование – обеспечение социальной справедливости, поддержка социально незащищенных или слабозащищенных слоёв населения, создание общественных гарантий для поддержания достаточного уровня условий жизни. Включает государственное социальное страхование, пенсионное обеспечение, помощь инвалидам, детям, и иным нуждающимся группам населения, страхование здоровья и жизни людей;

7) регулирование условий труда, трудовых отношений, оплаты труда – гарантия охраны труда и соблюдения трудовых контрактов, установление минимальной заработной платы и выплат пособий по безработице;

8) государственное регулирование охраны и восстановления окружающей среды – совокупность мер, направленных на защиту природы в виде штрафных санкций за загрязнение окружающей среды, а также предписаний по реализации обязательных природозащитных и природоохранных мероприятий согласно национальному законодательству;

9) антимонопольное регулирование – ограничение или полный запрет деятельности предприятий-монополистов, за исключением сферы естественной монополии. Предполагает санкции против монополистов, предотвращает создание условий, содействующих его развитию;

10) внешнеэкономическое регулирование – широкий спектр мер и инструментов государственного влияния на структуру экспорта и импорта, процессы внешней торговли, а также контроль над товарными потоками, пересекающими государственную границу, движение капитала в страну и из страны, валютный обмен. Главной целью этого регулирования является защита экономических интересов государства, увеличение эффективности внешнеэкономических связей, кроме этого обеспечение экономической безопасности.

Каждая из форм управления осуществляется посредством правовых, экономических и административных методов.

К правовым методам относится законотворчество в экономической среде с целью формирования «правил игры» и четкого разграничения применения методов и средств государственного воздействия.

Административные методы не связаны с созданием вспомогательного материального стимула или опасностью денежного ущерба. Они основываются на силе государственной власти и включают в себя меры запрета, разрешения и принуждения. К примеру сказать, во Франции государство запретило строительство новых промышленных предприятий в пределах Парижской агломерации, и для того, чтобы достичь этой цели они не повышали налоги на новые предприятия, не ввели экономические меры, а просто приостановили выдачу лицензий на новое промышленное строительство. Или, власти Нидерландов дали согласие использовать бывшую военно-морскую базу в качестве пассажирского и торгового порта, основав, подобным образом, новую сферу приложения капитала. В итоге в области порта увеличилась хозяйственная активность [1, с.20-23].

Административные методы регулирования в развитых странах с рыночной экономикой используются в небольших масштабах. Их основная деятельность заключается в охране окружающей среды и создании минимальных условий относительно слабосоциальнозащищенных слоев населения. Тем не менее, в напряжённых ситуациях их роль чрезвычайно возрастает, например, во время военных действий, критического положения в экономике. Самыми масштабными административными акциями по регулированию экономики в послевоенной Японии были денежная реформа и разукрупнение ведущих концернов [2].

Экономические методы государственного регулирования подразделяются на кредитно-денежные и финансово-бюджетные. Они реализуются посредством следующих инструментов: регулирование учетной ставки (дисконтная

политика, осуществляемая центральным банком); определение и изменение размеров наименьших запасов, которые финансовые институты должны хранить в ЦРБ; осуществление операций государственными учреждениями на рынке ценных бумаг, к примеру эмиссия государственных обязательств, торговля ими и погашение. Благодаря вышеперечисленным инструментам государство влияет на соотношение спроса и предложения на финансовом рынке.

Выводы. Для управления социально-экономическим развитием территорий органы государственного управления используют комплекс методов, с целью содействия и обеспечения нормальных условий и функционирования предпринимательских структур. Объективная потребность регулирования социально-экономического развития обусловлена целями государственной политики и направлено на достижение устойчивого развития государства и его регионов. Благодаря соответствующим целям и задачам государственного регулирования происходит процесс стимулирования, координации и регламентации деятельности субъектов национальной экономики. Необходимо использовать весь комплекс форм и методов управления, чтобы избежать недочетов, иметь полноту воздействия и положительный результат. Именно от методологической базы зависит обеспечение и достижение поставленных целей и задач социально-экономического развития территорий.

Список литературы

1. Гусейнова, А. А. Международно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности / А. А. Гусейнова, Ю. А. Ткачёва // Молодой ученый. – 2014. – № 21.2. – С. 20-23.
2. Холопов, А. М. Внешнеторговая политика: тарифные методы регулирования международной торговли / А. М. Холопов // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – № 11. – С. 77-115.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЭД ПРЕДПРИЯТИЯ

КРАВЧЕНКО М.И.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

МАРУЩАК И.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях рыночной экономики, либерализации внешнеэкономических связей существенно возрастает роль маркетинга в организации и управлении коммерческими, в том числе внешнеторговыми и другими операциями предприятия. Развитие открытости экономик, глобализация хозяйственных связей интенсифицируют и обостряют конкурентную борьбу, поэтому целью субъектов предпринимательства в данных условиях является усиление конкурентных позиций на рынке в долговременной перспективе. Достижение успеха, реализация тактических и стратегических целей предполагает активизацию использования возможностей маркетинга. Современный системный маркетинг даёт предприятию программу деятельности с учётом тенденций развития тех или иных рынков, специфики потребителей, поведения конкурентов. Поэтому совершенствование системы маркетингового обеспечения имеет существенное значение для повышения эффективности бизнеса, повышения его конкурентоспособности.

Целью исследования является выявление основных направлений и мероприятий по совершенствованию маркетингового обеспечения ВЭД предприятия, способствующих укреплению и развитию его позиций на

мировых рынках в условиях ускорения развития и обострения конкурентной борьбы.

Изложение материалов основного исследования. Важную роль маркетинга в современных условиях никто не оспаривает. Направленность деятельности предприятия на покупателя является способом эффективного ведения бизнеса. Получение прибыли путём создания пользующейся спросом потребительской ценности – цель деятельности всего предприятия. Эффективная деятельность предприятия без системного маркетингового обеспечения невозможна. Обобщая взгляды на внешнеэкономический маркетинг [4; 5; 6; 7] функционально, его можно представить, как систему анализа, планирования, осуществления, координирования деятельности предприятия по удовлетворению нужд и потребностей в рамках обмена, воздействия на рыночную среду и приспособления её к условиям предприятия.

Во многих случаях внешнеэкономический маркетинг сопряжен не только с собственно торговлей, но и с расширением форм сотрудничества: инвестиционно-инновационным, лизингом, созданием совместных и дочерних предприятий и прочими видами сотрудничества. Концептуально система маркетинга является организующим, ориентирующим и координирующим всю деятельность предприятия начиная с начала, включая: состояние потребительского спроса и прогнозирование его изменений в перспективе, программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, использования рабочей силы, сбыта, технического обслуживания и т.д.

Исследование рынка служит основой маркетинга и предполагает анализ всех условий, имеющих значение для успешной реализации товара. Программа комплексного исследования зависит от особенностей товара, характера деятельности предприятия, масштабов производства экспортных товаров и других факторов. Главной функцией маркетинга является обоснование целевых позиций управления активностью предприятия на мировом рынке.

Маркетинговый подход главным образом предполагает целевую ориентацию, слияние в единый технологический процесс всех составляющих маркетинговой и иной деятельности для достижения поставленных стратегических целей.

Маркетинговая деятельность включает в себя все функции, присущие любому другому типу управления: планирование, организационная деятельность, направление деятельности, ведение учета и контроль. Эти функции являются общими для любого вида деятельности. Но в определенных ситуациях они могут быть конкретизированы с учетом особенностей маркетинговой деятельности.

При комплексном исследовании рынка в поле разработки попадают следующие направления:

- изучается маркетинговая среда;
- проводится анализ рыночных характеристик и конъюнктурные исследования рынка;
- проводится анализ собранных сведений о потребительских свойствах определенного товара, его рыночных позиций;
- исследуется мнение потребителей о данном товаре;
- проводится анализ участников рынка: компаний-покупателей, конкурентов и нейтральных компаний;
- подвергается изучению система сбыта;
- определяются и анализируются сегменты рынка;
- изучается потребительская активность и поведение.

При таком подходе чрезвычайно важным для совершенствования деятельности предприятия, повышения эффективности его функционирования и развития имеет информация по всем вышеперечисленным направлениям. Информация о клиентах, товарах, конкурентах важнейшая предпосылка и залог эффективного, успешного функционирования предприятия. Поэтому основой успешного развития системы маркетингового обеспечения ВЭД предприятия

является информация о товарах, клиентах, конкурентах, методы и технологии накопления и обработки информации. В этой связи, для успешного осуществления ВЭД предприятия нуждаются в обеспечении маркетинговой деятельности вычислительными и телекоммуникационными ресурсами, в быстром внедрение новых технологий и обучении персонала, в высококвалифицированных работниках. Особое значение приобретают Интернет-технологии.

Выводы. В условиях открытости национальных экономик, развития глобальных сетей, цифровой экономики существенно возрастает роль маркетингового обеспечения ВЭД предприятия.

Совершенствование системы маркетингового обеспечения внешнеэкономической деятельности предприятия включает в себя все функции, присущие любому другому типу управления: планирование, организационная деятельность, направление деятельности, ведение учета и контроль.

Маркетинговый подход главным образом предполагает целевую ориентацию, слияние в единый технологический процесс всех составляющих маркетинговой и иной деятельности для достижения поставленных стратегических целей.

Основой успешного развития системы маркетингового обеспечения ВЭД предприятия является информация о товарах, клиентах, конкурентах, методы и технологии накопления и обработки информации, соответствующее материально-техническое, технологическое и кадровое обеспечение, формирование открытых сетей.

Список литературы

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./Общ. ред. И вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. - 736 с.
2. Основы внешнеэкономических знаний: словарь справочник/С.И. Долгов [и др.]. М.: Высшая школа, 1993. – 432 с.

3. Маркетинг: теория и практика. Под ред. С.В. Карповой. Ростов на Дону.: 2011. – 473 с.

4. Прокушен Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учеб.-практ. Пособие. М.: Маркетинг, 1999. – 208 с.

РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ-СУБЪЕКТОВ ВЭД: ГОСУДАРСТВЕННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

КРАВЧЕНКО М.И.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

КАСЬЯНЕНКО О.А.,

магистрант,

ВЕРБЕНКО К.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях выход предприятий на внешний рынок требует совершенствования процесса управления конкурентоспособностью, характеризующегося высоким уровнем сложности и неопределенности. Улучшение управления конкурентоспособностью отечественных предприятий ведет к повышению экспортного потенциала страны, что в свою очередь, позволяет обеспечить ее устойчивое развитие.

Цель исследования заключается в рассмотрении особенностей государственного регулирования конкурентоспособности предприятий – субъектов ВЭД.

Изложение материалов основного исследования. Современная экономика имеет смешанный характер, заключающийся в сочетании механизмов рыночного саморегулирования и государственного регулирования [2]. Мера государственного участия в регулировании в разных странах неодинакова и зависит от многочисленных факторов. Государство определяет экономическую политику по следующим основным направлениям: структурно-отраслевая политика; инвестиционная, амортизационная политика; политика институциональных преобразований; ценовая политика; антимонопольно-конкурентная политика; бюджетная, налоговая, денежно-кредитная, валютная политика; внешнеэкономическая политика. Государственная политика определяет приоритетные направления развития страны, которые фиксируются в государственных программах, стратегии развития. Данные документы позволяют вносить изменения в нормативно-правовые акты, разрабатывать программы поддержки отраслей, предприятий и т.п. Несмотря на схожесть некоторых задач, место и роль государства в экономике различаются в зависимости от того или иного типа экономической системы. Экономические системы отличаются между собой идеологией, а также подходом к решению экономических проблем.

В основе рыночной экономики лежит преимущественно частная собственность на ресурсы и использование системы рынков и цен для координации экономической деятельности и управления ею. Государственное регулирование в рыночной экономике направлено на защиту частной собственности и установление правовой структуры, способствует функционированию свободных рынков. Основным отличием плановой экономики является общественная собственность практически на все ресурсы, а также принятие экономических решений с помощью централизованного экономического планирования. На практике экономические системы стран мира используют элементы как плановой, так и рыночной экономики.

В рыночной экономике государство обеспечивает нормативно-правовую базу и общественную атмосферу, которые способствуют процветанию страны и эффективному формированию конкурентоспособности страны на международном рынке, в том числе защиту конкуренции. Нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия в ДНР представлены в табл.

В то же время конкурентный потенциал национальной экономики определяется конкурентоспособностью субъектов низших уровней иерархии. Рейтинг страны в мировой экономике определяют позиции ее производителей на мировом рынке. Само предприятие с учетом внешних обстоятельств и собственных возможностей определяет стратегию продвижения и сбыта товаров и услуг, создает условия для их успешной реализации потребителям, выступает ключевым элементом формирования конкурентных возможностей отрасли, региона и экономики страны в целом. Поэтому возможность страны занять достойное место в глобальной экономике, прежде всего, зависит от возможностей ее предприятий занять (удержать) достойные места на мировых товарных и финансовых рынках.

Таблица

Нормативные документы, регламентирующие деятельность
предприятий- субъектов ВЭД в ДНР [1, 2, 3, 4,5,6]

Название документа	Краткая характеристика
Конституция Донецкой Народной Республики	Утверждает права и свободы человека, гражданский мир и согласие, исходя из общепризнанных принципов равноправия и самоопределения народов, обеспечивая благополучие и процветание Республики
Закон ДНР «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике»	Реализуется государственную политику в сфере налогообложения и таможенного дела, касающихся реализации таможенного дела, а также международных договоров Донецкой Народной Республики, регулирующих вопросы осуществления таможенного дела.
Постановление «Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических и физических лиц-предпринимателей»	Регулирует отношения, возникающие в сфере государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц - предпринимателей.

ПРИКАЗ «О внесении изменений во Временное Положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики	Контроль за осуществлением всех видов внешнеэкономических сделок, посредством проведения инспекционной работы на предмет соблюдения норм валютного, таможенного, налогового и иного действующего в сфере внешнеэкономической деятельности законодательства
Международные правила торговли Инкотермс 2010	Современные тенденции развития Международной торговли. Термины включаются в договоры купли-продажи товаров по всему миру, определяют правила и дают руководство к действию для импортёров, экспортёров, юристов, перевозчиков, страховщиков
Стратегия развития агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики	Позволяет развивать агропромышленный сектор с учётом проблем, возможностей и перспектив ДНР

Таким образом, конкурентоспособность страны - это лишь наличие условий, то есть возможностей, которые еще только должны быть использованы субъектами рынка. Она скорее выступает интегрированным показателем развития действующих на ее территории предприятий, а также эффективности функционирования государственных структур по обеспечению условий конкуренции. Следовательно, решение проблемы обеспечения конкурентоспособности страны следует начинать с низших уровней.

Необходимо указать основные причины низкой конкурентоспособности предприятий Донецкой Народной Республики: отсутствие опыта конкуренции; незнание иностранного законодательства; не совершенная проработанность двух- и многосторонних межгосударственных соглашений; наличие препятствий в виде соответствующих условий стандартизации и сертификации; несоответствие систем управления предприятиями международным требованиям; отсутствие фундаментальных научных исследований в этой сфере.

Комплексный подход к решению указанных проблем требует обеспечения взаимодействия государства и предприятия на всех уровнях конкурентоспособности. Традиционно сюда включают: разработку устойчивой нормативно - правовой базы, создание благоприятного инвестиционного

климата, формирование эффективной конкурентной политики, стимулирование инновационной деятельности, упрощение барьеров для начала и ведения бизнеса.

Выводы. Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий представлено системой мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях государственной политикой. Возможности государства по поддержке конкурентоспособности собственных предприятий должны лежать не столько в сфере регулирования отраслевой структуры экономики, сколько в сфере регулирования условий воспроизводства их конкурентных преимуществ на внешних рынках независимо от отраслевой принадлежности.

Список литературы

1. Конституция Донецкой Народной Республики принята Верховным Советом Донецкой Народной Республики от 14.05.2014г.
2. Закон ДНР от 25.03.2016г. № 116-ІНС «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике».
3. Постановление № 36-10 от 29.09.2014 г. «Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических и физических лиц-предпринимателей»
4. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики «Об утверждении Порядка разработки и реализации республиканских программ Донецкой Народной Республики» № 13-2 от 17.12.2016 г.
5. ПРИКАЗ «О внесении изменений во Временное Положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики» № 192 от 25.05.2017 г.
6. Международные правила торговли «Инкотермс 2010».

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В ПРАКТИКЕ ЗАЩИТЫ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

КРЮЧКОВА К.А.,

аспирант,

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Сокращение объемов производства продукции, снижение прибыли, повышения запасов нереализованной продукции значительно ухудшили состояние финансового обеспечения деятельности предприятий, о чем свидетельствует постоянное наращивание всех видов задолженности.

Отечественное производство с деформированной структурой, недостаточность потребительского рынка, старые методы государственного управления при установлении новых рыночных принципов вызвали значительные негативные сдвиги. Между тем, иностранный производитель, который не соприкасается с таким количеством барьеров в стране своего базирования, имел значительно больше конкурентных преимуществ и, как правило, без лишних преград вытеснял национального с рынков.

Цель исследования – систематизация опыта отдельных стран по реализации политики защиты отечественного товаропроизводителя и выявление возможностей его имплементации в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. Нетрудно увидеть, что внешнеэкономические процессы в последние годы в полной мере воспроизводят убытки от внутренних кризисных явлений. Сопоставление внутренних и внешних процессов свидетельствует об общей природе обоих. Вполне понятным является тот факт, что рационализация внешнеэкономических отношений состоится лишь при условии концептуальных преобразований в политике реформ и осуществления определенных шагов в направлении повышения благосостояния нации.

Усиление интенсивности внешнеторгового оборота двойственно влияет на экономическую безопасность ДНР. С одной стороны, экспансия иностранных товаров способствует вытеснению отечественного товаропроизводителя и отвлечению средств и сырьевых ресурсов на развитие иностранного производства. А с другой – в условиях децентрализации каналов ввоза импортной продукции и росте «челночной» торговли, расширения объемов продаж иностранных товаров выступает источником существования значительной части населения. Очевидно, что экспансия на внутренний рынок со стороны иностранных товаропроизводителей в значительной мере подкреплена внутренней инициативой. Таким образом, решение проблемы требует применения комплексных мер постепенного снижения зависимости от импорта и создания соответствующих условий внутри страны по развитию национального производства.

Развитие этих процессов продолжается, прежде всего, потому, что стимулы, которые должны поощрять национального производителя к улучшению характеристик товара не работают. Более того, существующее нормативно-правовое регулирование недостаточно проработано. Республиканский товаропроизводитель и потребитель в большей степени страдают не из-за «столкновения» с иностранным товаропроизводителем, а из-за отсутствия слаженной, комплексной системы мероприятий внутреннего регулирования, направленных на повышение благосостояния нации.

Реформирование национальных систем стандартизации, сертификации и аккредитации направлено на поддержку отечественного производства и защиту конституционных прав граждан по потреблению безопасной и качественной продукции и базируется на стремлении к интеграции в мировую экономику, вступление во Всемирную торговую организацию.

К примеру, в Украине существуют силы, которые поддерживают попытки извне добиться односторонних уступок для доступа на украинский рынок импортной продукции. Им способствуют действия отдельных институтов, которые создаются и действуют в Украине и которые финансируются за счет налогоплательщиков других стран, по поддержке любительских предложений по реформированию украинской системы сертификации и аккредитации. Под прикрытием лозунгов несоответствия национальной системы технического регулирования международной и европейской практике, предлагается распределение единой системы технического регулирования на отдельные ведомственные или отраслевые системы сертификации.

Диаметрально противоположные тенденции демонстрирует опыт Российской Федерации. Который свидетельствует, что ведомственный подход к подтверждению соответствия приводит к созданию искусственных барьеров в международной торговле из-за сложности, непрозрачности, дублирования функций и увеличения времени и стоимости работ по подтверждению соответствия. В первую очередь, российские производители выражают недовольство подобной системой из-за необходимости получать несколько сертификатов в различных ведомственных системах на один вид продукции, а перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации в РФ, на несколько порядков больше, чем существующий на сегодня в Украине.

Систематизация международного опыта исследования данной проблемы дает основания полагать, что в любой стране в произвольный промежуток времени существуют интересы различных региональных, социальных или объединенных по типу деятельности групп, имеющие в некоторых случаях

противоположную направленность. Под влиянием этих групп правительством и парламентом могут приниматься те или иные решения, которые могут привести к тяжелым последствиям для общества в целом. Наиболее спорным вопросом является защита интересов отечественного производителя. На законодательном уровне чрезвычайно редко можно встретить решения проблемы защиты отечественного потребителя, как такового. Все инструменты нормативного правового механизма сводятся скорее к ограничению потребления «нежелательной» импортной продукции нежели к развитию качественной отечественной продукции.

В простом случае защита отечественного производителя определяет, за исключением прямых запретов на импорт тех или иных товаров, повышение цен импортируемых товаров за счет таможенных пошлин до уровня цен отечественного производителя. Это позволяет отечественному производителю сохранить спрос на свой продукт на внутреннем рынке. Потребитель вынужден платить за этот продукт повышенную цену. Это не единственное негативное последствие существования такого рода защиты.

Если цены отечественного производителя выше мировых, то одним из объяснений этого является использование для производства устаревшей технологии и износ оборудования, не позволяет использовать энергосберегающие и другие мероприятия. Введение таможенных пошлин на импортируемый товар закрепляет положение, когда нет смысла проводить модернизацию производственного процесса. Невозможно приобрести новое оборудование и сократить административный аппарат, если прибыль можно получить без этих мероприятий.

Выводы. Республиканское производство, находящееся в кризисном состоянии, настроено на повышение эффективности, ввиду его ориентации на непрерывный процесс внедрения новой техники и технологии, организации производства и труда на основе достижений научных знаний, в частности знаний в области реализации политик протекционизма. Учитывая результаты

ВЭД в ДНР и текущее политико-экономическое положение Республики в мировом сообществе, защитные шаги должны быть введены только на ограниченное время и параллельно с мерами по стимулированию национального производства.

Необходима перестройка экономической модели согласно принципам эффективности и конкурентоспособности, направленная на соблюдение национальных экономических интересов, а основное направление внешнеэкономической политики должно заключаться во всестороннем стимулировании национального производства и создании внутренних условий его развития, по крайней мере, не хуже, чем у иностранных конкурентов.

ПОСРЕДНИЧЕСТВО В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОБОБЩЕНИЕ ПОДХОДОВ К ТРАКТОВАНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ

КУЛЕШОВА Л.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ТАГИРОВ Т.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. С возникновением и формированием товарного производства, обострением проблемы реализации товаров, необходимостью снижения затрат, повышения эффективности товарооборота получает распространение посредничество в сфере хозяйствования. В современных условиях происходит становление торгово-посреднического звена в экономике Донецкой Народной Республики. В

условиях глобализации, углубления разделения труда и специализации посредническая деятельность составляет основу мировой экономики. Поэтому важно исследовать современные теоретические подходы к определению сущности посредничества при осуществлении международной деятельности.

Цель исследования заключается в исследовании различных подходов к определению экономической сущности понятия «посредничество» для выяснения его содержательного наполнения при осуществлении международной деятельности.

Изложение материалов основного исследования. Изучая научные подходы по организации и осуществлению посреднической деятельности необходимо отметить, что многие из существующих теоретических и практических подходов несовершенны и неоднозначны в трактовке, и вызывают дискуссии ученых и экспертов в этой области. Большинство исследователей вкладывает в понятие «посредничество» свое видение и, отталкиваясь от него, осуществляет изложение различных мнений по аспектам посредничества.

Так, большинство зарубежных ученых рассматривает посредничество в рамках определенной отрасли. Чаще всего выделяют финансовое и торговое посредничество. При этом исследователи анализируют роль конкретных посредников в пределах сферы деятельности. Например, предлагается определение посредничества на основе работы «Теория финансового посредничества» А. Франклина и А. Сантомеро, которое определяется следующим образом: «сведение займодателей, которые имеют сбережения, с заемщиками, которым нужны деньги, третьими лицами или агентами» [1]. Кембриджский словарь определяет посредничество как «заимствование денег, которые были положены в банк, другим людям или компаниям» [2].

Проведенные исследования позволяют классифицировать подходы к трактовке посредничества таким образом. Во-первых, следует выделить подход к трактовке сущности посредничества, исходя из роли посредников в

международных экономических отношениях. Кроме того, стоит отметить подходы к содействию установлению экономических связей; услуг; трансакционных издержек. Также, учитывая современный уровень разделения труда, необходимо добавить подход, основанный на специализации (табл.).

Наиболее распространенным, особенно в западной научной мысли, является трактовка посредников по их роли в осуществлении международной торговли.

Таблица

Обобщение подходов к трактовке сущности посредничества

Подход	Трактовка
Роль посредников в международных экономических отношениях	объясняет сущность посредников через формы международных экономических отношений, основными из которых являются международная торговля, международные финансовые отношения (валютные, кредитные, движение капитала), международная миграция рабочей силы, международное научно-техническое сотрудничество.
Содействие посредников в установлении экономических связей	предлагает обобщенное определение посредничества. С точки зрения этимологии термин «посредничество» означает «содействие». Например, помощь в установлении определенных связей, договоренностей, заключения соглашения между сторонами.
Посредничество как услуга	Подход можно считать экономико-правовым по содержанию. Сущность посредничества в рамках этого подхода заключается в том, что оно является услугой, а посредническая деятельность является деятельностью по предоставлению посреднических услуг, а потому по экономическим признакам относится к сфере услуг
Подход, основанный на трансакционных издержках	Трансакционные издержки связаны с получением необходимой информации о ценах и качестве товаров, с ведением переговоров, оформлением контрактов и заключением сделок, контролем за их выполнением и юридической защитой прав собственника в случае их нарушения. Согласно данного подхода посредничество в обществе с высоким уровнем разделения труда способствует уменьшению таких расходов, а, следовательно, играет важную роль в экономике.
Подход, основанный на специализации	С ростом разделения труда для выполнения сложных экономических процессов необходимо задействовать большое количество участников, большинство из которых фактически можно назвать посредниками.

Согласно данному подходу процесс косвенной торговли (когда между продавцом и непосредственным производителем есть другие субъекты) рассматривается как посредничество. Экономическое значение торгового посредничества заключается в его способности устанавливать единство пространственно-экономического размежевания производства и потребления товаров, работ, услуг с максимально возможной выгодой для производителей и потребителей, а также и самих посредников [3].

В современных условиях сущность торгового посредничества сводится к совершению сделок субъектами от имени и за счет третьего лица. На самом деле, его нужно рассматривать как предпринимательскую деятельность юридических или физических лиц по обеспечению коммерческих операций или как стадию оборота товаров и услуг. При этом посредники осуществляют сделки как от имени и за счет заказчика, так и от своего имени.

Выводы. Существует два основных способа доведения товара или услуги к потребителю: можно продавать его непосредственно потребителю или реализовать его через посредников. Сегодня практически ни один производитель не обходится без помощи посредников. Посредничество - обязательный элемент мирового рынка. Компании - субъекты внешнеэкономической деятельности используют посредников для следующих хозяйственных операций: наиболее квалифицированного обеспечения удобства приобретения продукции по факторам времени, места, формы и собственности; снижения затрат на реализацию продукции или осуществления операций по материально-техническому обеспечению производства; снижения уровня запасов готовой продукции или необходимых материально-технических ресурсов. Все подходы к трактованию понятия «посредничество», рассмотренные выше, объединяет подход к рассмотрению посредничества в качестве промежуточной деятельности, способствующей осуществлению экономического процесса.

Список литературы

1. Allen F. Intermediation / F. Allen, A. Santomero // Wikipedia. – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Intermediation>.
2. Intermediation // Cambridge dictionary. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/intermediation>.
3. Экономическая сущность посредничества (публикация на укр. языке) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_3/pdf/228-234.pdf.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ЭКОНОМИКИ

КУЛЕШОВА Л.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

КУДРЯ А. С.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях функционирования, управления и развития экономики как на глобальном, так и на локальном уровнях с каждым годом всё большую популярность и признание получает электронная экономика, которая функционирует на основе цифровых, веб- и интернет-технологий. Цифровая экономика, прежде всего, является площадкой, позволяющей внедрять электронные товары и сервисы, а также осуществлять контроль и упрощать процедуру оплаты товаров, услуг, налогов и

пошлин как на государственном, так и на частном уровне [1]. Данные технологии обеспечивают сокращение временных затрат и минимизируют допущение ошибок со стороны персонала, который заполняет документацию, необходимую для внешнеторговых операций в рамках предприятия [2].

Цель исследования заключается в выявлении проблем на различных этапах проведения внешнеторговых операций и разработке рекомендаций по использованию электронных технологий по их нивелированию при осуществлении транспортных перевозок.

Изложение материалов основного исследования. Автоматизация процесса управления во внешнеторговых операциях позволяет повысить качество предоставляемых услуг, улучшить расчётные операции, а также снизить время ожидания груза. Отсутствие географической привязанности при использовании Интернет-технологий позволяет расширить возможности участия двух субъектов внешнеэкономической деятельности и снизить риски в момент осуществления платежей и транспортировки груза. При этом субъекты могут контролировать операции, находясь около компьютера, подключенного к интернету или же смартфона. Стоит отметить, что электронные технологии благоприятно влияют на объёмы издержек компаний, осуществляющих ВЭД, и позволяют их оптимизировать, снизив риск переплаты или недоплаты за груз [2].

Технологии электронной экономики могут быть использованы на всех этапах осуществления внешнеторговых операций, включая в себя рекомендации и консультации о перевозке грузов, таможенном оформлении, таможенной логистике, расчёте таможенной стоимости, осуществлении онлайн-запросов в таможенные органы ДНР, оплате выполненных работ, налогов, акцизов и других таможенных сборов. Разработка и реализация электронного механизма контроля внешнеторговых операций требует развития электронных технологий на основе ресурсов, которыми пользуются ведомства на данный момент, а также проведения анализа этапов осуществления различных

внешнеторговых операций и возможности взаимодействия в них государственных органов и субъектов ВЭД для оптимизации процессов.

Рассмотрим преимущества от внедрения электронной экономики и технологий в сферу таможенного регулирования, а также выявим их роль при решении проблем, возникающих на разных этапах осуществления внешнеторговых операций (табл.1) [3, 4, 5].

Таблица 1

Преимущества использования электронных технологий при
транспортировке в сфере ВЭД

Этап	Ситуация на данный момент	Внедрение технологий электронной экономики
1	2	3
Рекомендации и консультации в перевозке грузов	Предприниматель, осуществляющий ВЭД, и желающий перевезти груз, обращается к внешнеторговой компании, которая, как правило, оказывает платную консультацию с целью получения потенциального клиента. При этом для перевозки могут использоваться транспортные компании, которые имеют партнёрские соглашения с внешнеторговой компаний, но при этом их отрицательная репутация может быть скрыта первой компанией.	Создаётся информационная база, в которую вносится рейтинг перевозчиков, и, исходя из видов транспорта и особенностей груза, можно выстроить потенциальный маршрут, выбрав проверенных перевозчиков грузов, имеющих определённый рейтинг. Также можно осуществить проверку автопарка перевозчика на предмет участия в ДТП.
Таможенное декларирование	Субъект ВЭД самостоятельно или при помощи внешнеторговой компании осуществляет подготовку и оформление соответствующей документации на каждую группу товаров, производит расчёт тарифов. Иногда из-за недостоверных данных или недоплаты пошлин груз может быть задержана процедура оформления и выпуска груза.	Разработав онлайн-форму подачи документов, а также предоставив возможность расчётов и оплаты платежей и сборов, удастся снизить время подачи заявок и количество допускаемых ошибок со стороны предпринимателей, которые подают некорректные документы и неверно осуществляют расчёты. Для расчёта и подачи документов будет создан онлайн-калькулятор и полный список документов.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Таможенная логистика	Экспортёр или импортёр самостоятельно или при помощи логистической компании осуществляет построение и просчёт маршрута доставки груза, расчёт и заключение сделок с погрузочно-разгрузочными компаниями в портах, на терминалах и железнодорожных станциях. При этом велик риск несоответствующего обращения с грузом при его погрузке или разгрузке, что может привести к его порче или утере.	Единая база перевозчиков позволит объединить в себе базу погрузочно-разгрузочных услуг, предоставляемых государственными компаниями на терминалах и железнодорожных станциях, портах. Данный алгоритм позволит снизить расходы при оформлении и оплате груза, а также позволит сразу выбрать таможенный пункт, тип груза и рекомендации к его перемещению, которые можно будет оплатить по факту выполнения работ.
Таможенная стоимость	Предприниматель, осуществляющий внешнеторговые операции, рассчитывает таможенную стоимость товара с учётом действующей пошлины, положения «О таможенном тарифе ДНР» и иных мер государственного таможенного регулирования. После чего осуществляется расчёт акцизов, таможенных сборов и налога на добавленную стоимость в случае закупки товара в РФ и возмещения НДС там же.	На данный момент определение таможенной стоимости импортируемых товаров производится на основании различных методов оценки. Для предотвращения простоя груза из-за неверного расчёта необходимо сформировать базу с возможностью расчёта автоматической таможенной стоимости, введя требуемые данные груза, и получив изменения, акцизы и пошлины, которые применимы к нему.
Онлайн-запросы в таможенные органы ДНР	С целью получения интересующей информации необходимо дожидаться приёма уполномоченного лица или отправить запрос в соответствующие органы.	Онлайн-обращение и постоянное уведомление об изменениях и нововведениях в таможенном законодательстве позволят снизить время ожидания обработки заявки или позволят самостоятельно найти ответ на вопрос.
Оплата выполненных работ, налогов, акцизов и других таможенных сборов	На данный момент для расчётов за пользование складом временного хранения, уплаты налогов и таможенных сборов, необходимо осуществить наличный платёж.	Возможность авторизации субъектов ВЭД в личном электронном кабинете позволит осуществлять онлайн-платежи налогов, выполненных работ и услуг. Данное решение позволит экономить время и контролировать задолженность субъектов ВЭД перед государством.

Для оптимизации времени выполнения этапов внешнеторговых операций необходимо внедрить технологии электронной экономики, которые позволят решить данные проблемы что позволит создать общую базу, в которой будут собраны перевозчики грузов, погрузочно-разгрузочные государственные и частные компании, карты терминалов. На основании карты терминалов менеджер или руководитель отдела с целью оптимизации времени и

сохранности груза, в случае поломки или очереди на терминал, будет иметь возможность в краткие сроки скорректировать маршрут. С помощью информационных технологий можно отследить время прохождения груза и вес автомобиля на складе до и после прохождения таможенного контроля, данные действия будут направлены на контроль транспортной компании и сохранность груза. Также, на основании технологий электронной экономики, удастся создать онлайн-калькулятор, на базе которого можно будет осуществить расчёты по уплате таможенных налогов и сборов. При этом, пользуясь калькулятором в своём личном кабинете, субъект ВЭД предварительно заполняет и отправляет в таможенные органы необходимые сертификаты и прочие документы для таможенного оформления и декларирования.

Выводы. Технологии электронной экономики являются одним из мощных инструментов борьбы с коррупцией посредством минимизации бюрократических проволочек, с которыми приходится взаимодействовать субъектам ВЭД. Онлайн-запросы в таможенные органы позволят снизить время получения заявки и усовершенствовать систему взаимодействия государственных органов и граждан путём внедрения информационных технологий, на основе которых удастся сократить время обработки заявки по соответствующей теме. Усовершенствование системы таможенной логистики будет направлено на обеспечение безопасности груза, внесение требований и рекомендаций по его погрузочно-разгрузочным работам и будет способствовать снижению риска недобросовестного выполнения работ путём оплаты после погрузки с помощью онлайн-кошелька субъекта ВЭД.

Список литературы

1. Электронная экономика [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1412824>
2. Соловей М. В., Кривонос Д. А. Роль электронной коммерции в международной торговле // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №3.1. — С. 134-138.

3. Основы таможенного оформления [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m229/41.htm>
4. Таможенная логистика [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://vsetreningi.ru/schools/tamozhennaya_logistika/
5. Таможенная стоимость [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://vch.ru/tamoghennaya_stoimost.html

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ В СОВРЕМЕННЫХ КОНКУРЕНТНЫХ УСЛОВИЯХ

КУЛЕШОВ А.Э.,

ст. преподаватель,

МЕЛИКОВА В.В.,

студентка бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Подготовка управленческих кадров в современных конкурентных условиях является одной из актуальных проблем и задач современной профессиональной педагогики, что требует поисков и определения особенностей профессионального образования менеджеров. Это связано с тем, что будущий руководитель обязан обладать определенными навыками и знаниями, среди которых можно выделить такие особенности, как планирование, организация, координирование, мотивация и контроль, а также распределение обязанностей, постановка приоритетных целей и задач, оценка их выполнения, обучение персонала и прочими управленческими умениями.

Целью исследования является изучение особенностей образовательной подготовки управленческих кадров как в условиях современной высокой рыночной конкуренции среди организаций.

Изложение материалов основного исследования. Динамика развития рынка труда в государстве требует проведения постоянных исследований с целью изучения основных направлений и мероприятий дальнейшей реализации процесса совершенствования системы развития управленческого персонала на предприятии. Без высококвалифицированных кадров, с новым экономическим и стратегическим мышлением, способностью нестандартно решать сложные проблемы предприятий, трудно удерживать высокие позиции на конкурентном рынке и добиться действительно высоких результатов не только в социально-экономически стабильной среде, но и в условиях экономического кризиса или политической нестабильности. Именно компетентность отечественных менеджеров на всех уровнях управления во многом влияет на основные направления экономического и социального развития общества, что обеспечивает эффективное функционирование каждого предприятия и государства в целом.

Согласно закону ДНР от 12.06.2019 № 41-ПНС, образование представляет собой единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностно-смысловых установок, опыта деятельности и компетенции определенного объема и сложности в целях физического, интеллектуального, личностного, духовно-нравственного, творческого, социального и профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [1].

Подготовка современных управленческих кадров высшей квалификации в соответствии с требованиями рыночной среды отличается от подготовки кадров других направлений подготовки. Менеджеру необходимо не только знать и разбираться в процессе отраслевой деятельности, в которой он работает, но и иметь дополнительные навыки по управлению персоналом.

Более полно особенности обучения управленцев отражены в рис. 1.

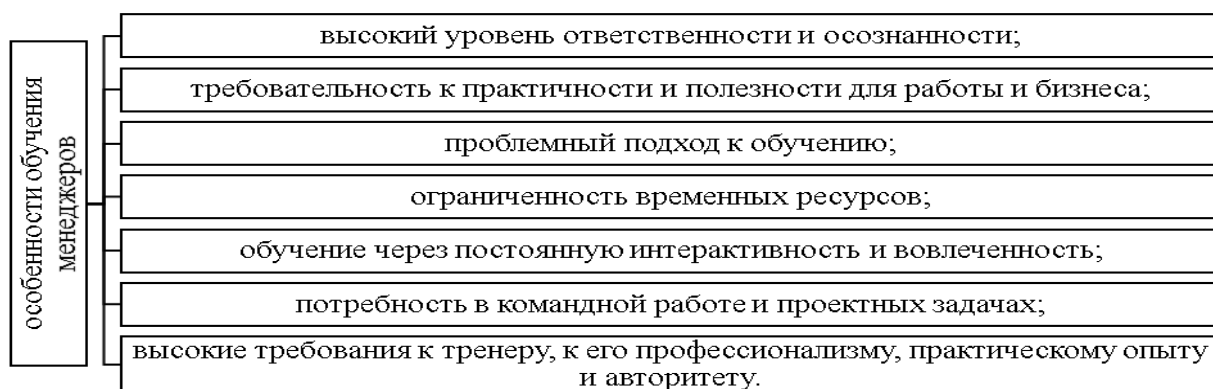


Рис 1. Особенности обучения менеджеров

Самая большая сложность в обучении менеджеров заключается в формировании таких качеств, как способность принимать решения и ставить цели, творческое мышление, ответственность, организованность, коммуникативность и т.д. Важно отметить, что умение ставить цели существенно отличается от умений принимать решения, вести переговоры и разрешать конфликты. Личностные качества менеджера, амбиции, характер, его философия бизнеса и этические взгляды имеют большее значение для формирования будущего, чем его компетенция. Менеджеру необходимы, в первую очередь, концептуальные навыки — он должен рассчитывать, что нужно сделать, как это сделать наиболее оптимально, поставить цель, а потом потребуется умение заинтересовать людей и обеспечить выполнение поставленных задач.

Требуемые качества от выпускника-менеджера представлены на рис. 2.

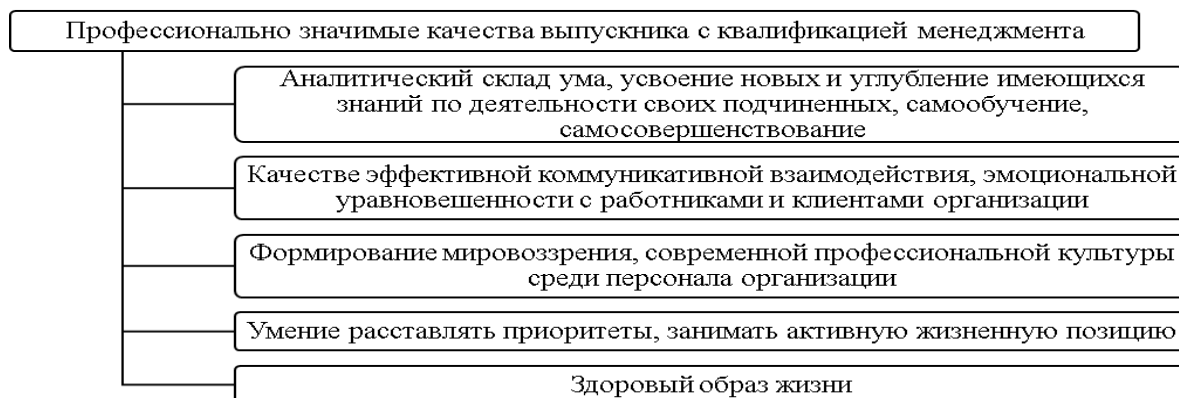


Рис.2. Профессионально значимые качества выпускника с квалификацией менеджмента

Эти требования обуславливают необходимость роста профессиональных знаний по дисциплинам управленческого цикла: менеджмента, психологии, конфликтологии и др. В процессе организации учебного процесса необходимо учитывать комплекс мотивов и потребностей обучаемого, глубину личностных знаний, определять структурированность содержания обучения, которое нужно усвоить на данном этапе подготовки.

Необходимыми факторами успешной подготовки профессиональных кадров является: планирование, организация, координация, мотивация и контроль. Обучение также должно включать в себя четкую систему дисциплинарных штрафов и взысканий за низкие показатели успеваемости, с которой учащиеся должны быть ознакомлены заранее. Также на начальном этапе обучения важно обозначить конечную цель, к которой должен стремиться обучающий. Эта цель должна, в свою очередь, делиться на долгосрочные и краткосрочные перспективы. Среди краткосрочных целей может быть, например, успешное окончание высшего образования. Среди долгосрочных - перспективы дальнейшей работы как профессионала, т.е. определение интересующей субъекта отрасли (промышленность, посредничество, сфера услуг и пр.), и уровень занимаемой должности (стратегический, функциональный или оперативный). Постановка долгосрочных целей должна опираться на прогнозирование будущих тенденций и актуальных процессов, актуальных на период, когда субъект учебного процесса закончит курс обучения. Подобные действия необходимы для снижения неопределенности дальнейшего развития обучающегося, определения необходимых специфических знаний для будущей работы, а также разработки индивидуального подхода к мотивации и обучению будущего управляющего.

Также, исходя из поставленных перед обучающимся целей, необходимо составить задачи, т.е. комплекс конкретных и реально осуществимых путей достижения поставленных целей.

Из вышеизложенного следует, что для обеспечения эффективного воспитания и развития личности будущего специалиста с целью овладения нужными компетенциями необходимо создать соответствующие организационно-педагогические условия, когда есть: наличие достаточного уровня мотивации к обучению; активный характер учебной деятельности; необходимый уровень входной подготовки; точное определение задач, понимание цели обучения и способов ее достижения; обучение общим принципам выполнения профессиональных действий; постепенное повышение сложности решаемых упражнений и заданий; разнообразие учебных задач, приближение их к реальным условиям профессиональной деятельности; своевременность и объективность оценивания учебной деятельности студентов; использование в процессе обучения тренажеров, компьютерных комплексов и других специальных технических средств, которые дадут возможность научиться будущему менеджеру вести переговоры, разрешать конфликты и принимать значимые для организации, в которой он работает, решения.

Индивидуальная работа обязательно должна решать практическую задачу. Получаемый результат должен быть направлен на улучшение какого-либо процесса в области профессиональной подготовки студента. Индивидуальность выполняемой работы реализует как личностно-ориентированный, так и дифференциальный, развивающий подход.

В основе творческой деятельности субъекта лежит последовательность методов развития, в результате чего творческое мышление можно представить в виде ступенчатого процесса со стадиями подготовки (постановка проблемы, сознательное изучение и накопление информации, попытки решения проблемы), инкубации (временное «отвлечение» от проблемы, во время которого продолжается подсознательный поиск решения), озарения (нахождение решения на сознательном уровне), верификации и переработки (проверка найденного решения на практике, выводы о результате примененного решения).

Выводы. Обществу нужен социально мобильный специалист, способный профессионально перемещаться как вверх по вертикальным иерархическим ступеням в своей области, так и по параллели — с одной отрасли в другую. Поэтому современные управленцы должны владеть комплексом профессиональных знаний, умений и навыков, соответствующих интенсификации производства, передовым достижениям науки и техники. Они должны быть способными творчески решать современные проблемы современности, брать на себя роль лидера, вести за собой других.

Список литературы

1. Закон Донецкой Народной Республики от 19 июня 2015 года №55-ІНС «Об образовании» // СЗ ДНР. - 2015 - №55

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

КУЛИК Е.И.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ЕРЕМЕНКО А. А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время страны со слабой экономикой нуждается в переменах. В сложившейся ситуации важно не только увеличить темпы производства, но и гарантировать рост ее конкурентоспособности, что позволит вывести их экономику на новый уровень. Достигнуть этого возможно с помощью применения такого направления

политики протекционизма как импортозамещение. Однако данная политика является недостаточно изученным процессом и почти не используется для повышения уровня развития экономики страны.

Целью исследования является обобщение теоретических аспектов политики импортозамещения в современных условиях.

Изложение материалов основного исследования. Политика импортозамещения является сложным процессом вытеснения импортного товара с внутреннего рынка страны. Изучив теоретические основы можно выделить общее понятие импортозамещения – это процесс, происходящий в национальной экономике, в момент которого в государстве производится продукция в необходимом количестве и качестве собственными силами данного государства. (табл. 1).

Таблица 1

Понятия политики импортозамещения

Исследователи	Значение
Н. П. Мышкина, О. В. Федонина	Импортозамещение – это уменьшение или же полное прекращение импорта определенного товара вследствие производства в стране того же или аналогичного товара [1].
Е. С. Грицинина	Политика импортозамещения – это прекращение или уменьшение импорта определенной продукции через ее замещения аналогичной национальной продукцией [2].
М. А. Вихренко	Импортозамещение – это один из типов экономической стратегии и промышленной политики страны, которые направлены на замену импорта промышленных товаров внутреннего рынка, пользующихся спросом, на товары отечественного производства [3].
Е. Г. Анимица, П. Е. Анимица, А. А. Глумов	Импортозамещение – это замена импортной продукции товарами, которые произведены внутри страны [4].

Таким образом, данный процесс возникает по причине изменений направленности участия государства в международном разделении труда, появляющихся в результате развития международных экономических отношений.

Политика импортозамещения имеет тесную связь с продовольственной безопасностью. На ее основе и формируется основная цель импортозамещения: обеспечение силами национального производителя производства всех необходимых населению товаров и услуг [5].

Для замещения импортных товаров национальным продуктом государство имеет возможность использовать различные инструменты и меры (рис. 1). Для эффективного их использования на практике необходимо определиться с наиболее важными отраслями, которые нуждаются в применении политики импортозамещения, а так же подобрать подходы для осуществления поставленной цели.

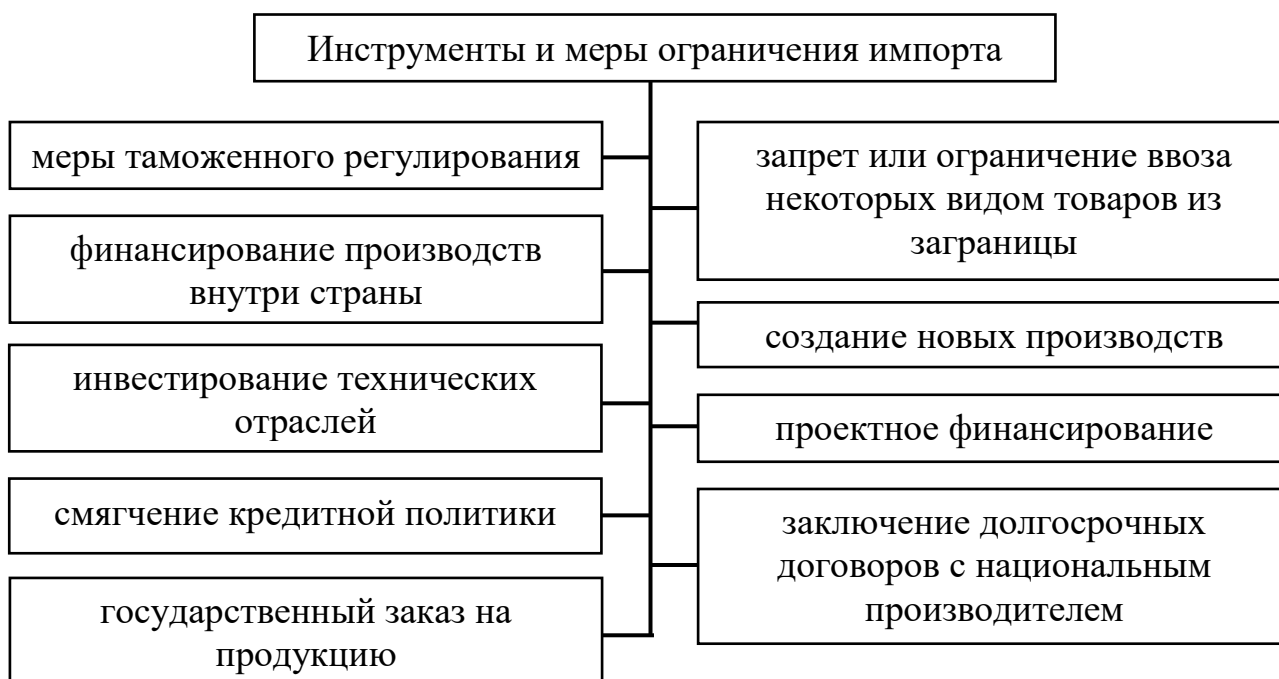


Рис. 1. Государственные инструменты ограничения импорта

Перечисленные инструменты и меры ограничения импорта имеют влияние, как на отечественных производителей, так и на иностранных

производителей-импортеров, что предполагает возникновение положительных и отрицательных сторон применения процесса импортозамещения. Однако в зависимости от отрасли, в которую внедряется политика импортозамещения, степень влияния может значительно отличаться.

Так же применение политики импортозамещение зависит от взаимодействия государства с отечественными производителями. На начальных этапах введения политики импортозамещения важно расширить количество отечественных производителей, которые будут заинтересованы в уменьшении количества импортного товара на рынке. Однако следует четко понимать, что и государство, и производители от внедрения данной политики в экономику могут получить как выгоды, так и столкнуться с различными рисками данного процесса (табл. 2).

Таблица 2

Влияние политики импортозамещения

Выгоды для производителей	Риски для производителей
– получение государственной поддержки; – ускорение оборота средств; – увеличение уровня продаж; – возможность модернизации; – наращивание темпов роста объема производства; – повышение уровня прибыльности.	– повышение цен; – дефицит продукции; – снижение уровня качества продукции; – снижение уровня объемов продаж; – увеличение уровня конкуренции; – понижение уровня прибыльности.
Выгоды для государства	Риски для государства
– развитие отраслевого производства; – переход к ориентации на экспорт; – расширение ассортимента внутреннего рынка; – рост валовой добавленной стоимости; – создание новых рабочих мест; – достижение продуктовой независимости; – повышение эффективности отраслевого производства; – освоение новых инноваций.	– рост потребительской инфляции; – рост роли государства; – понижение уровня конкуренции; – возможность возникновения монополизации; – ухудшение качества продукции; – введение санкций на международном рынке; – повышение оптовых и розничных цен.

Однако, несмотря на наличие повышения многих экономических составляющих, которые являются важными для любого предпринимателя и государства в целом, вероятность того, что ситуация будет благоприятной для проявления положительных сторон, не очень велика и получение данных плюсов не происходит мгновенно. Прежде всего, государства сталкивается с множеством отрицательных сторон, в том числе введение санкций против нее, сокращением импорта не только в импортозамещающих отраслях, но и в тех, где отечественные производители в нем остро нуждаются [6].

Выводы. Политика импортозамещения в мировой практике применяется относительно недавно. Опыт показывает, что как положительный, как и отрицательный эффект от применения данной политики распространяется не только на рыночные возможности, но и на всю экономику в целом. Это делает роль политики импортозамещения одной из самых важных в процессе повышения уровня экономики государства. Совместная работа руководства государства и отечественных производителей позволяет протекать процессу внедрения данной политики более гладко, делая его основой ориентации в будущем на выпуск экспортной продукции.

Список литература

1. Мышкина Н. П., Федонина О. В. Перспективы реализации политики импортозамещения в отечественной экономике в условиях инновационного развития / Н. П. Мышкина, О. В. Федонина // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12 (часть 3) – С. 620-623.

2. Грицинина Е. С. Проблемы импортозамещения в отечественной экономике / Е. С. Грицинина // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: материалы международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 35.

3. Вихренко М. А. Проблемы импортозамещения и выявление факторов, влияющих на формирование стратегии импортозамещения на

производственном предприятии / М. А. Вихренко // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 35.

4. Анимица Е. Г., Анимица П. Е., Глумов А. А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты / Е. Г. Анимица, П. Е. Анимица, А. А. Глумов // Экономика региона. – 2015. – № 3. – С. 163-164.

5. Продовольственная безопасность [Электронный ресурс] – https://greater_political.academic.ru/158/Продовольственная_безопасность

6. Импортозамещение [Электронный ресурс] – https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiiu6CZtvvaAhXpIJoKHfOLAxIQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.worldfood.ru%2Fwww_worldfood%2Ffiles%2Fa6%2Fa688e7cc-0a2c-409c-ac635b8b397aed0d.pdf&usg=AOvVaw0vgexufX79sshLJR0zPlNZ

СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

КУЛИК Е.И.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ЧУКАНОВА А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На успешное функционирование предприятия в условиях современной рыночной экономики в значительной степени влияют объективная оценка службами и руководством предприятия общего состояния конъюнктуры рынка, и природы рыночных процессов в их

взаимосвязи и взаиморазвитии, а также способность воспринимать рыночную информацию. Именно владение вовремя полученной релевантной информацией, наравне с умением действенно применять оптимальные методы и средства сбора информации, ее изменения и передачи, оказывают значительное влияние на успешность деятельности предприятий.

Также необходимо отметить, что формирование маркетинговой информации на современном предприятии должно в обязательном порядке сопровождаться внедрением и дальнейшим совершенствованием информационных технологий, при помощи которых значительно повышается эффективность маркетинговой информации.

Цель исследования заключается в обобщении сущности информационной системы маркетинга предприятия.

Изложение материалов основного исследования. Изучив и систематизировав научные подходы по данному исследованию, необходимо отметить, что первое определение информационной системы маркетинга было дано в работе Д.Ф. Кокса и Р. Э. Гуда в 1967 г., в соответствии с которым информационная система маркетинга – это совокупность постоянно функционирующих приемов и ресурсов для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной информации с целью ее использования для принятия эффективных маркетинговых решений.

В дальнейшем данное научное направление было рассмотрено как российскими, так и зарубежными авторами. Наиболее яркими представителями являются: Котлер Ф., Армстронг Г., Келлер К.Л., Алешин И.В., Моргунов В.И. и др.

Так Келлер К.Л. и Котлер Ф. в книге «Маркетинг менеджмент» рассматривают теоретические основы курса маркетинга, основанные на примерах из практики, которые отражают современные рыночные реалии [1, с. 256].

Алешин И.В. в учебном пособии «Маркетинг для менеджеров» предоставляет маркетинговую информационную систему как единый комплекс персонала и оборудования, методов и процедур, которая предназначена для сбора, анализа и обработки, распределения релевантной информации в установленное время, в дальнейшем необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений. [2, с. 358].

Багиев Г.Л., Анн Х., Тарасевич В.М. рассматривают маркетинговую информационную систему как совокупность оборудования, персонала, процедур, предназначенную для качественного сбора, обработки и распространения достоверной информации в нужное время, необходимой для маркетинговых решений [3, с. 265]. Авторы рассматривают формирование маркетинговой информации как современный подход к управлению и продвижению международного предприятия.

Обобщив теоретические основы, можно сделать вывод, что функционирование информационной системы маркетинга предполагает синергию ресурсов и технологий для реализации главной цели – предоставления релевантной информации с указанными свойствами для принятия организационных решений. Цель будет достигнута, если в ходе деятельности системы был получен продукт, который удовлетворяет заданные требования. Продукт функционирования информационной системы маркетинга представляет собой общность сведений, о состоянии микро- и макросреды предприятия, которые могут быть представлены в виде базы данных или отчетов исследований маркетинга. Исходя из этого, стоит отметить, что информационная система маркетинга необходима для удовлетворения потребностей пользователей в информации.

При раскрытии сущности маркетинговой информационной системы ученые-экономисты предлагают различные варианты ее классификации, а соответственно и множество разновидностей маркетинговой информации. И. В. Рожков, в свою очередь разработал одну из наиболее универсальных систем и

выделил следующие виды маркетинговой информации: первичную и вторичную, внутреннюю и внешнюю, постоянную, переменную, периодическую и эпизодическую информацию, а также, производственную и потребительскую, что позволяет составить индивидуальную, наиболее корректную и подходящую каждому предприятию.

Выводы. Таким образом, настоящий этап экономического развития характеризуется интенсивно развивающимися процессами информатизации, которые протекают во всех сферах человеческой деятельности и, особенно в маркетинге. Применение маркетинговой информации становится неотъемлемым условием повышения эффективности и гибкости системы управления предприятием.

Список литературы

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
2. Алешина И.В. Маркетинг для менеджеров: Учебное пособие / И.В. Алешина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2013. – 456 с.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов / Под общ. ред Г.Л. Багиева. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 736 с.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

МАЛИК М.А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

СЕРГЕЕВ Р.А.,

аспирант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Вследствие постоянно растущего количества конкурентов, высокого уровня инновационного развития и постоянного изменения потребностей потребителей возникает необходимость управления конкурентоспособностью продукции и эффективной системы мер ее повышения. В современных условиях развития международной деятельности внешне настроенному предприятию для закрепления его позиций на иностранных рынках становится жизненно необходимым обеспечение конкурентоспособности его товаров.

Целью исследования является исследование сущности понятия «конкурентоспособность товара» и основных направлений повышения уровня конкурентоспособности продукции, необходимого для выхода предприятия на внешний рынок.

Изложение материалов основного исследования. Конкуренция в мировом хозяйстве – это экономический рычаг стимулирования производства и повышения качества продукции, приспособления ее к потребностям потребителей, одно из объективных условий функционирования и развития компании на базе международного разделения труда [1, с.154].

В условиях современного состояния рынка поддержка предприятием высокого уровня конкурентоспособности продукции достигается путем корректировки факторов, которые являются решающими для потребителя при выборе товара и применения их в комплексе. Конкурентоспособность продукции отражает совокупность свойств, показывающих меру удовлетворения конкурентной потребности в отношении аналогичной продукции, представленной на рынке.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции на международном рынке: [2]:

- наличие потребителей выбранного вида продукции;
- присутствие конкурентов выпускающих такую же продукцию;
- объемы произведенной и реализованной продукции конкурентов;
- анализ деятельности конкурентов (контроль каналов сбыта деятельности поставщиков, направленных на снижение уровня затрат);
- разнообразие методов конкуренции (качество, цена, дизайн продукции, технологический уровень, бренд, имидж предприятия, и др);
- стабильность спроса на продукцию у предприятия на каждом сегменте рынка.

Конкурентоспособность является весомым критерием целесообразности выхода предприятий на международный рынок. Донецкая Народная Республика является молодым государством, поэтому у производителей недостаточно опыта, чтобы быть в состоянии конкурировать с компаниями на международном рынке, которые достигли успеха в условиях жесткой конкуренции, высокой насыщенности товарных рынков и превышение на них предложения над спросом. Производимая продукция на территории ДНР не соответствует основным критериям международных стандартов, поэтому главной задачей при выходе на внешний рынок состоит в имплементации международных стандартов на предприятиях Республики.

На базе ГП «Донецкстандартметролия» в августе месяце была создана комиссия, которая представила стратегию развития системы стандартизации, а также проект Закона «О стандартизации». Данный закон устанавливает правовые и организационные основы стандартизации и направлен на обеспечение формирования политики стандартизации на территории Республики.

Первостепенной составляющей конкурентоспособности товара на международном рынке является цена, то есть уровень затрат на его производство, реализацию и потребление.

Второй важнейшей составляющей является качество, которое должно соответствовать не только отечественным, но и международным стандартам. На внешнем рынке товар должен соответствовать стандартам, эксплуатационным требованиям, требованиям рынка, и скрытым потребностям.

Третьей составляющей является уровень поддержки товаров и услуг со стороны государства. Эффективная государственная поддержка основана на взаимодействии органов государственной власти, общественных организаций, научных учреждений, отраслевых союзов и ассоциаций.

Прямая государственная поддержка направлена на регулирование тарифов и таможенных пошлин, различных форм субсидий и дотаций. Косвенная поддержка является более эффективной и часто используется странами в условиях либерализации внешней торговли. косвенная поддержка обеспечивает развитие товаропроводящей инфраструктуры, которая способствует повышению конкурентоспособности товаров отечественных производителей на внутреннем рынке.

Конкурентоспособность товаров на внешнем рынке определяется исходя из уровня поддержки со стороны государства и уровня издержек в сфере производства, переработки и реализации готовой продукции. [3].

Основными направлениями конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке должны включать следующие принципы:

- гибкое реагирование хозяйственной деятельности на изменения внешнего рынка, изменения ориентации покупателей;
- постоянное исследование и анализ внешнего рынка;
- инновации производственной и сбытовой деятельности;
- разработка эффективной ценовой политики.

Если рассматривать современную деятельность предприятий на международном рынке, то можно утверждать о большой ограниченности экспортной номенклатуры товаров: наша продукция в большей степени представлена на рынках с преимущественно ценовой конкуренцией, то есть рынках сырьевой продукции. На сегодняшний день переориентация с торговли сырьём и полуфабрикатами на торговлю товарами с высокой добавленной стоимостью, происходит очень медленно. Тогда как мировой рынок всё больше переходит от ценовой конкуренции к неценовой. Недостаточная исследованность сущности и значения качества продукции продолжает быть одной из основных причин низкой эффективности производства продукции и ее низкой конкурентоспособности на внешнем рынке.

Основными путями повышения конкурентоспособности товаров и услуг на международном рынке являются:

1) Улучшение стандартизации на предприятиях. В рамках этого – внедрение современного комплекса систем управления качеством. Высокое качество отечественной продукции будет способствовать созданию высокого имиджа Республики на международных рынках, улучшение взаимосвязей с другими странами.

2) Создание условий для улучшения развития инновационной деятельности, внедрения в производство новейших технологий, современных изделий новой техники, предотвращения утечки талантливых разработчиков.

3) Своевременная реакция на изменения рынка: предприятия должны оперативно формировать рациональные и эффективные варианты ответов на

эти изменения, а для этого необходимо доскональное изучение потребностей рынка.

4) В современных условиях необходимо отстаивание интересов республиканских производителей.

Выводы. Конкуренция на рынке становится все жестче, идет соперничество между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и реализации продукции, за получение большей прибыли и других преимуществ, эта конкуренция осуществляется различными методами и может выступать в различных формах. Поэтому возникает необходимость в постоянном поиске новых путей для повышения конкурентоспособности предприятия. На основе вышеизложенного, можно отметить, что повышение конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке является основным стержнем его эффективной хозяйственной деятельности, а поиск основных экономически эффективных направлений реализации товаров обеспечит предприятию получение прибыли. Иначе говоря, чтобы достичь конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке нужно корректировать некоторые факторы (качество продукции, цена, сервисное обслуживание), которые являются решающими для потребителя при выборе товара и применения их в комплексе.

Список использованных источников

1. Барановская М.И. Международный маркетинг: вопросы и ответы / М.И. Барановская., Ю.Г. Козак, С. Смичек – К.: Центр уч. литературы, 2013. – 302 с.
2. Борисюк И.А. Основные направления повышения конкурентоспособности предприятия/И.А. Борисюк, А.В. Ерёменко//Проблемы повышения конкурентоспособности инфраструктуры: сб. науч. работ. – К.: НАУ, 2012. – Вып.33.– С. 14-19.
3. Конкурентоспособность страны на мировом рынке и основные правила работы ВТО [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://nebook.net/book_marketing_611_page_62

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

МАЛИК М.А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ШЛЯХАНОВА Ю.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Предприятиям-субъектам внешнеэкономической деятельности в условиях нестабильного рынка необходимо адаптировать структуру и деятельность предприятия к воздействию внешней среды. Максимальная адаптация к внешней среде обеспечивается в рамках стратегического планирования и управления как организационной системы подготовки и принятия стратегических решений по основным направлениям функционирования и развития предприятия.

Цель исследования состоит в обобщении теоретико-методологических подходов к разработке стратегии предприятия, ориентированного на постоянное развитие.

Изложение материалов основного исследования. Исторически сложилось так, что долгосрочное планирование на уровне предприятия в условиях рыночной экономики было сформировано теоретически и практически в 1950-х годах. На первом этапе стратегия действовала как фактическое долгосрочное планирование, где ведущим было заявление о передаче тенденций развития предприятия. Особенно эффективные результаты были достигнуты на этапе восстановления экономики, где тенденции роста прогнозировались в будущем. Ресурсное обеспечение рассматривалось либо

как использование уже накопленного ресурсного потенциала для получения дополнительной прибыли, либо как накопление ресурсов для возможного развития в будущем.

Однако к началу 60-х годов бизнес-среда стала недостаточно стабильной. Усиление конкуренции, которая потребовала пересмотра концептуальных положений в области долгосрочного планирования предприятий. Поэтому планирование стало целевым, когда ресурсы рассматривались как средство достижения целей, а план был набором возможных альтернатив в соответствии с прогнозируемыми изменениями в бизнес среде. Это направление называлось «стратегическое планирование» и было применено всеми процветающими фирмами в промышленно развитых странах.

Стратегия представляет собой подробный объемный план, предназначенный для обеспечения выполнения миссии организации и достижения целей. Прежде всего, стратегия по большей части сформулирована и разработана старшим руководством, но ее реализация предусматривает участие всех уровней власти [1, с.20].

Важным источником информации для формирования стратегических целей является информация о внутренней и внешней среде, анализ которой позволяет оценить реальность поставленных целей, предсказать возможные изменения и выбрать наиболее эффективную стратегию организация. Значение стратегического анализа заключается в понимании того, что какие решения должны быть приняты организацией, что следует изменить, как применять свои потенциальные возможности и перспективы для достижения поставленных целей в будущем.

Организация может адаптироваться к меняющимся условиям, противостоять им или попытаться изменить конкурентную среду. Для всех организаций нет единой стратегии. Каждая организация уникальна по-своему, поэтому индивидуально и определение ее стратегии, которая зависит от многих факторов.

Наиболее распространенными являются базовые или стандартные стратегии. Они отражают три разных подхода к росту организации, связаны с изменением состояния одного или нескольких составляющих: продукт, рынок, промышленность, положение фирмы в отрасли, технология.

Группа стандартных стратегий включает так называемые стратегии концентрированного роста, они связаны с изменением продукта или рынка, но не касаются других трех элементов. При использовании данной стратегии, организация стремится улучшить свой продукт или производить новый, без изменения отрасли. Также организация ищет возможности улучшить свою позицию на существующем рынке или использует возможность перехода на новый рынок.

Стандартными стратегиями можно считать: стратегия укрепления позиции на рынке; стратегия развития рынка - заключается в поиске новых рынков для уже произведенного продукта; стратегия развития продукта - связанного с решением проблемы роста путем производства нового продукта, ориентирован на реализацию уже на освоенной организацией рынок. Существуют также стратегии сокращения - которые предполагают отказ от долгосрочного взгляда на бизнес и преимущественно максимизации дохода в краткосрочной перспективе независимо от спроса на продукцию и широты ассортимента.

По степени активности поведения организации во внешней среде стратегия может быть наступательной или защитной. Наступательная стратегия направлена на расширение существующей доли рынка, захват новых рынков и сегментов. Это стратегия агрессивной конкуренции. Оборонительная стратегия направлена на сохранение доли рынка или сегментов, а также конкурентоспособной позиции предприятия.

Существуют стратегии, которые классифицируются посредством достижения конкурентного преимущества. Такие стратегии называются глобальными. Данная стратегия включает в себя: стратегию лидерства с минимизацией затрат производство, стратегия диверсификации возможность

организации производства более широкого спектра продуктов или расширить диапазон, который отличается от товара или услуг. Таким образом, многие факторы влияют на выбор стратегии организации. Процесс ее разработки представлены на рис. 1. Прежде всего, стратегия определяется миссией организации и должна исправно реализовываться и обновляться, в результате изменения в государственных приоритетах и потребностях.



Рис. Этапы разработки стратегии предприятия

Первый этап формирования стратегии предполагает, что компания ставит перед собой цель - финансовую устойчивость предприятия в сочетании с устойчивым развитием. Чтобы описать эту цель, необходимо определить влияние стратегии на устойчивость развития организации.

Построение дерева целей стратегии компании основано на результатах стратегического финансовый анализ, оценка влияния стратегии устойчивого развития организации.

Процесс формирования стратегии может охватывать одну из ветвей и может включать все ветви дерева целей. Более неустойчивое предприятие покрывает больше целей, стабильно - меньше. После выбор конечного набора задач, предприятию следует перейти к разработке вариантов для достижения целей [2, с.44].

Второй этап в формировании стратегии компании - это разработка вариантов достижения цели. Поскольку ресурсы компании ограничены, необходимо определить важность проблем в их фактической ситуации, с учетом этапа жизни цикла организации. Важно провести анализ влияния

внутренних и внешних факторов (политических, экономической, социальных и экологических) на стратегию компании и факторный анализ влияния стратегии на устойчивое развитие организации, в целях выявления причин, которые отрицательно сказываются на нём.

Третий этап формирования стратегии организации состоит в том, что предприятие должно выбрать наиболее целесообразные варианты из всех существующих. Благодаря определению этапа жизненного цикла организации и оценки производственных возможностей, производится выбор, и определяются эффективные пути достижения конечной цели предприятия [3, с.136].

Важным обстоятельством, определяющим стратегию организации, является характер товаров, продуктов, особенности рынков, послепродажное обслуживание. Организационные факторы, культура и компетентность менеджмента, материальные, финансовые, информационные, кадровые ресурсы также играют определяющую роль в разработке стратегии.

Выводы. Правильно разработанная стратегия определяет развитие предприятия в долгосрочной перспективе. Многофакторность выбора стратегий во многом вызвана необходимостью разработки нескольких стратегических альтернатив, из которых и выполняется окончательный выбор.

Список литературы

1. Жемчугов, А.М. Стратегия развития предприятия / А.М. Жемчугов. – Москва: ООО «Корпоративные системы управления», 2016. – 64с.
2. Сысолятин, А. В. Основные этапы выбора рыночной стратегии развития предприятия на региональном рынке / А.В. Сысолятин. – Урал: Аграрный вестник, 2009. - № 11. – С. 44- 46.
3. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.П. Егоршин. - Н. Новгород: НИМБ, 2008. - 320 с.

МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

МАЛИК М.А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

МОСКВИН И.Р.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Проблема повышения конкурентоспособности отечественных предприятий имеет несколько аспектов (технологический, организационный, экономический, социальный, юридический и коммерческий). Все они составляют единый механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия, который включает в себя три уровня (оперативный, тактический, стратегический). В механизме рыночного взаимодействия, как на макро-, так и на микроуровне, конкуренция выполняет роль основной движущей силы расширенного производства и эффективной самоорганизации. Создание прочных конкурентных позиций народного хозяйства Донецкой Народной Республики предусматривает повышение уровня конкурентоспособности производителей. Отечественные предприятия должны концентрировать внимание не только на эффективности производства, но и на эффективности функционирования в конкурентной среде, поэтому возникает необходимость научно-методического обеспечения оценки и диагностики их конкурентоспособности. Являясь одной из важнейших категорий, конкурентоспособность предприятий характеризует возможность и эффективность его адаптации к условиям конкурентной среды, что обуславливает

разработку систему мер по укреплению позиций и достижения конкурентных преимуществ и подчеркивает актуальность исследования.

Научный потенциал отечественных и зарубежных ученых в очерченном круге вопросов свидетельствует о разноплановости исследований, связанных с конкуренцией и конкурентоспособностью субъектов хозяйствования. На сегодня это едва ли не самая распространенная тематика ученых-экономистов, среди которых необходимо особо выделить труды Г. Азоева, И. Ансоффа, Е. Голубкова, П. Друкера, П. Зенге, Ф. Котлера, К. Кристенсона, Р. Коуза, А. Маслоу, М. Портера, А. Селезнева, Р. Фатхутдинова, М. Штропера, Й. Шумпетера и др.

Цель исследования. Изучение механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия при выходе на зарубежные рынки.

Изложение материалов основного исследования. Конкуренция – это соперничество на любом сегменте рынка между отдельными предприятиями, заинтересованными в достижении одной и той же цели. Такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя. Для эффективного планирования и дальнейшего применения конкурентных стратегий, предприятию необходимо выяснить все, что возможно о своих конкурентах. При этом, необходимо постоянно сравнивать качество товаров, цены на них, каналы сбыта и методы улучшения сбыта с теми, которые используют конкуренты с целью выявления и анализа преимуществ и недостатков в деятельности. В данном контексте, конкурентоспособность – это не имманентное качество, поскольку она может быть оценена только в рамках групп предприятий, относящихся к одной отрасли или выпускающих аналогичную продукцию (услуги). Поэтому обнаружить ее можно только путем сравнения между собой этих групп, как в масштабах страны, так и в масштабах мирового рынка.

Конкурентоспособность предприятия – это преимущество предприятия относительно других компаний той же отрасли как внутри страны, так и за ее пределами (рис. 1) [1].



Рис. 1. Оценка конкурентоспособности предприятия и определение ее необходимости

Обобщенный алгоритм оценки конкурентоспособности промышленного предприятия представим в виде рис. 2 [2].

Согласно рис. 2, исследование и оценка конкурентоспособности предприятия начинается с анализа состояния его места и роли в конкурентной среде. При этом, важно знать имидж предприятия (отношение к нему потребителей, установка мотивов предпочтений при выборе того или иного производителя при покупке продукции, включая качество, уровень цен, дизайн, упаковку и др.), долю рынка, занимаемых им сегментов, а также динамику происходящих изменений. По результатам мониторинга необходимо провести сопоставление полученных показателей с аналогичными характеристиками конкурирующих субъектов и выполнить прогнозные расчеты на будущее.



Рис. 2. Алгоритм оценки и разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия

При широкой номенклатуре изделий необходимо весь ассортимент продукции распределить соответственно по товарным группам, основываясь на значимости критериев (вид продукции, упаковка, цена, класс и др.). Источником информации могут быть предприятия торговли, их сети, в которых реализуется, как продукция данного предприятия, так и конкурентов.

Данное исследование может быть реализовано путем опроса с помощью специально разработанной анкеты (выясняется, вся ли продукция реализуется, устраивают ли потребителей цены на товары, каково мнение о предприятии-изготовителе, мотивы потребительских преимуществ при покупке продукции того или иного товаропроизводителя и т.д.). Механизм обеспечения

конкурентоспособности предприятия – это система достижения конкурентоспособности предприятия, олицетворяющая собой комплекс инструментов и средств реализации методов и функций управления, формирующая рычаги влияния на процессы внутри предприятия и индикаторы, позволяющие оценить это влияние для достижения им поставленной цели.

Опираясь на данное определение, можно выделить основные условия и организационно-экономические меры обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий [3]: применение научных подходов к стратегическому менеджменту; выбор стратегических перспектив развития; обеспечение единства развития техники, технологии, экономики, управления; применение современных методов исследований и разработок; обеспечение приоритетности продукции, выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции; воздействие непосредственно на потребителя путем предоставления денежного или товарного кредита; изучение мер конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров; организация информационного обеспечения управленческих процессов.

Кроме этого, в системе обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимы меры стратегического анализа, связанного с определением стратегических перспектив, силы конкурентной позиции предприятия, а также связанные с оценкой уровня конкурентоспособности продукции и предприятия, оценке перспективы развития (масштабы роста, стабильность емкости рынка, перспективы технологии, действия рисков и т. п.). При этом, системно-целевой подход является базовым, на основе которого формируются дальнейшие направления и осуществляются конкретные действия в области обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятия.

Выводы. Проведенное исследование доказывает, что конкурентоспособность предприятия – это сложное многоаспектное понятие, которое означает соперничество, борьбу за достижение лучших результатов, получение конкурентных преимуществ путем эффективного использования

всех имеющихся ресурсов, производства и реализации конкурентоспособной продукции и получения прибыли от ведения эффективной хозяйственной деятельности. Важнейшим условием качественного управления предприятием, в целом, и его конкурентоспособности, в частности, выступает реальная и четкая оценка состояния на данный период времени. Для этого, чаще всего, используют не один, а одновременно несколько методов оценки, чтобы избежать недостатков, которые имеет каждый из них в одиночку.

Список литературы

1. Голубков, Е.П. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 32. – С. 27-43.
2. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник [2-е изд., испр. и доп.] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2015. – 544 с.
3. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Новости, 2010. – 256 с.

МЕХАНИЗМ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ВЭД

МАЛИК М.А.,
канд. экон. наук, доцент, доцент,
ЗЕЛЕНСКИЙ П.С.,
магистрант,
кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Многие предприятия сталкиваются с проблемами продаж своих товаров и продвижения своих услуг на внешнем рынке. Это происходит из-за неправильного использования механизма маркетинга.

Цель исследования – теоретическое изучение механизма маркетингового обеспечения предприятия.

Изложение материалов основного исследования. В условиях рыночной экономики механизм маркетингового обеспечения является не теоретической проблемой, а – практической.

Проблема ведения предприятием внешнеэкономической деятельности связана с некоторыми причинами:

сложная и запутанная законодательная база, неправильное толкование законодательных актов субъектами предпринимательской деятельности;

бюрократические барьеры, которые связаны с ВЭД, а именно большое количество отчетной документации пред ведомствами;

высокая коррупция в государственных структурах, которая связана с внешнеторговыми поставками;

широкое распространение «серых» таможенных, финансовых и налоговых систем;

низкий уровень профессионализма и практических навыков при ведении и исполнении ВЭД.

Организация учета внешнеэкономической деятельности возложена на таможенную статистику внешней торговли и специальную таможенную статистику республики.

В организациях, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, требуют от менеджера высокой профессиональной подготовки. Наряду с практическими навыками и знаниями нормативно-правовой базы по бухгалтерскому учету нужна информация по вопросам маркетингового обеспечения.

Маркетинговые исследования, при реализации продукции на внешнем рынке предполагают:

систематический сбор информации;

анализ и интерпретация полученной информации;

написание соответствующих выводов и рекомендаций для улучшения деятельности предприятия.

Факторы, которые обуславливают использование механизма маркетингового обеспечения, при ведении внешнеэкономической деятельности приведены на рис. 1.

Управление механизмом маркетингового обеспечения можно представить как анализ, организацию, реализацию и контроль исполнения маркетинговых программ, которые направлены на создание и расширение рынков сбыта продукции предприятия.

Механизм маркетингового обеспечения при внешнеэкономической деятельности - это совокупность переменных факторов, которые используются предприятием для получения ответной реакции со стороны субъектов внешнего рынка.



Рис. Механизм маркетингового обеспечения при ВЭД (составлено автором на основе [0]).

Завершающим звеном механизма маркетингового обеспечения внешнеэкономической деятельности является контроль выполненных результатов. Эффективность этого механизма во многом зависит от того, какие цели предприятие ставит в самом начале своей деятельности, насколько они взаимосвязаны в текущих и перспективных планах, каковы процедуры наблюдения, контроля и оценки осуществляемых маркетинговых мероприятий.

Выводы. Механизм маркетингового обеспечения предприятия при внешнеэкономической деятельности включает в свою структуру определенные методы и задачи для реализации. Содержание данного механизма предполагает решение таких задач: определение объема спроса; изучение рынка сбыта; установка конкурентоспособных цен и т.д.

Список литературы

1. Экономический механизм маркетинга при управлении предприятиями. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/898002/marketing/ekonomicheskij_mehanizm_marketinga_upravlenii_promyshlennym_predpriyatiem (дата обращения 07.10.2019 г.)

ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

МАЛИК М. А.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ДЕМИДЕНКО Ю.М.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Успешная деятельность отечественных предприятий должна обеспечиваться необходимыми потоками информации, формирующими систему коммуникаций. Внутренние коммуникации осуществляются внутри предприятий, в то время, как внешние – между предприятиями и отдельными людьми, группами, сегментами общества, с которыми оно взаимодействует. В данном контексте рациональное применение маркетинговых коммуникаций является основой формирования устойчивого положительного имиджа предприятия. Это дает эффект приобретения предприятием определенной рыночной силы, укрепляет его позиции, облегчает доступ к финансовым, информативным, трудовым и другим ресурсам.

Вопросам становления и развития теории маркетинговых коммуникаций и практики управления ими посвящено немало фундаментальных работ

известных ученых, среди которых следует отметить труды Д. Аакер, Н. Андерсон, Г. Армстронг, Дж. Бернет, К. Берри, Е. Голубков, Я. Гордон, Д. Джоббер, Ф. Котлер, Т. Левитт, Л. Маттссон, С. Мориарти, В. Прауд, А. Пулфорд, П. Смит, А. Старостина и др. Вместе с тем, требуют дальнейшего рассмотрения вопросы анализа инструментария коммуникативной политики в системе менеджмента отечественных предприятий.

Цель исследования. Исследование особенностей и инструментов маркетинговых коммуникаций, обобщение теоретических основ формирования коммуникативной политики предприятия и направлений ее совершенствования.

Изложение материалов основного исследования. Любое предприятие в своей деятельности должно взаимодействовать с маркетинговой средой, неотъемлемой частью которой выступают потребители продуктов или услуг. С целью эффективного взаимодействия с многочисленными стейкхолдерами (потребители, поставщики, конкуренты, государство, общественные организации) предприятие должно применять различные инструменты коммуникационной политики. В данном контексте, проблема повышения эффективности коммуникации имеет различные аспекты: формально-логический, ценностный, семантический, социально-психологический, текстологический, организационный, технический. На практике эффективность коммуникаций снижается, если неточно формулируется сообщение, имеет место ложный перевод, нечеткое толкование, допускаются потери информации в процессе ее передачи или хранения, имеет место невнимательность работников, недостаточное время для адаптации, преждевременная оценка, страх, отсутствие передачи и др. При этом, в содержании коммуникаций не должно быть ничего случайного. Предприятием во время проведения маркетинговых коммуникаций должна быть составлена четкая программа в соответствии со стратегией, планами маркетинга и его целями. Поэтому предприятие для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке, должно целенаправленно строить свои коммуникационные отношения с

потребителями. Поскольку коммуникационная деятельность сегодня приобретает приоритетное значение, она видится не только в непосредственном увеличении продажи товаров, но и в усилении осведомленности покупателя о товаре, формировании и изменении имиджа предприятия в определенном направлении, создании и поддержке позиции бренда и др. [1].

Разработка эффективных маркетинговых коммуникаций предусматривает использование ряда принципов, основными из которых являются: целевая ориентация на конкретных потребителей товаров или услуг; соответствие корпоративных возможностей и выбранных целевых коммуникаций; развитие адаптационных возможностей в результате маркетинговых исследований текущего состояния рынка; учет психологических закономерностей и контроль норм поведения как внутри трудового коллектива, так и при взаимодействии с внешними партнерами по бизнесу; активное использование совокупных элементов мотивации труда, карьерного роста, корпоративного духа, ответственности; создание фирменного стиля и имиджа. При этом, каналами коммуникации выступают такие средства распространения информации, как традиционные носители рекламы (телевидение, радио, газеты, журналы, прямая почтовая рассылка, рекламные щиты, Internet и т.д.), так и новые средства массовой информации, включающие цифровые инструменты маркетинговых коммуникаций (онлайн-баннеры, веб-сайты, Internet-реклама, социальные сети). Данные инструменты маркетинга используются с целью максимального охвата целевой аудитории и объединяют всех участников процесса коммуникации.

По мнению П. Смита, К. Берри и А. Пулфорд, в коммуникационный набор, кроме традиционных инструментов, входят [2]: упаковка; продавцы; кампании по продвижению в местах продаж; стимулирование торговли; неформальные суждения; корпоративный имидж. Похожей точки зрения придерживаются Дж. Бернет и С. Мориарти, дополняющие классический состав коммуникационными инструментами [3]: специальные или рекламно-информационные средства для стимулирования торговли; упаковка;

специальные сувениры; спонсорство; предоставление лицензии; сервисное обслуживание. Эффективность маркетинговых коммуникаций зависит от личных характеристик каждого из субъектов маркетинговой системы, а также от используемых средств коммуникаций и методов их стимулирования. Обобщенный перечень инструментов коммуникативной политики предприятия приведены на рис. 2.



Рис. 2. Инструменты коммуникативной политики предприятия

При формировании коммуникативной политики отечественного предприятия учитываются возможности воздействия на внутреннюю и внешнюю среду для создания условий, которые будут способствовать

эффективной деятельности на интересующих его рынках. Данный аспект требует четкого взаимодействия уровней коммуникаций (рис. 3). Цели коммуникационной политики предприятия вытекают непосредственно из анализа возможных проблем и благоприятных возможностей. Коммуникационные цели могут планироваться с использованием моделей иерархии результатов, которые будут служить основой для определения степени воздействия разрабатываемого плана на потребителей.



Рис. 3. Взаимодействие уровней коммуникации предприятия

Цели коммуникационной политики предприятия попадают в одну из четырех категорий (рис. 4).

Следует отметить, что все средства маркетинговых коммуникаций тесно связаны между собой и имеют общую цель – ускорить продвижение товаров на целевых рынках, побудить покупателей к активным действиям (покупка или осуществление повторных покупок, распространение отзывов и рекомендаций). Однако, они помогают достичь общей цели различными способами и играют неодинаковую роль в осуществлении задач маркетинга.

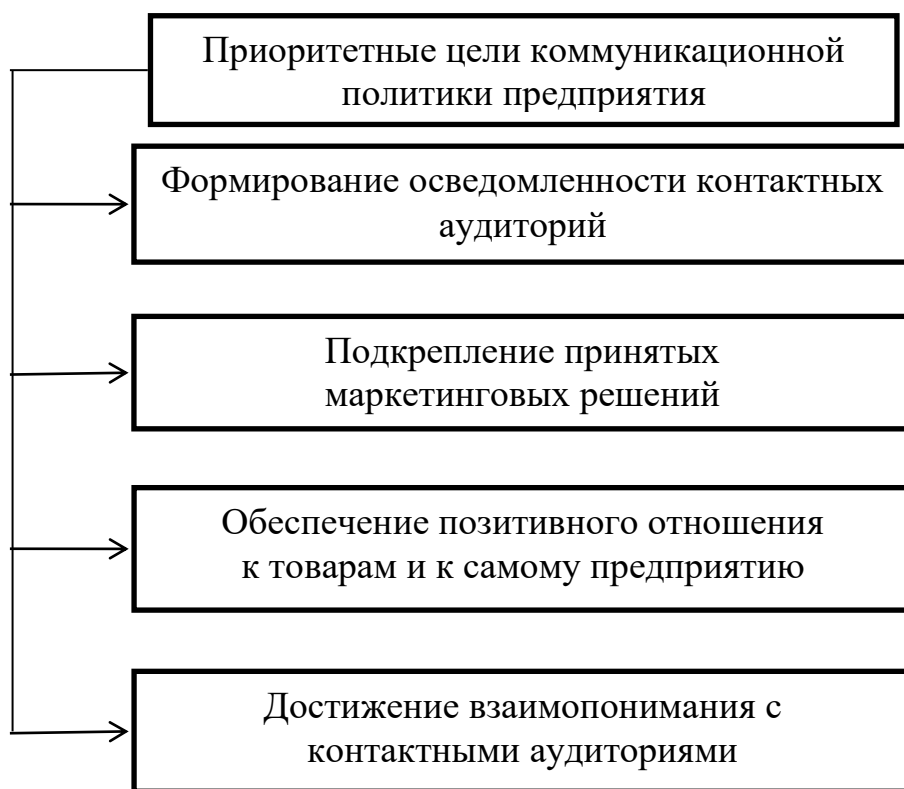


Рис. 4. Приоритетные цели коммуникационной политики предприятия

Выводы. Таким образом, в условиях значительной перенасыщенности разнообразными рекламными средствами и снижения восприятия обществом традиционных инструментов коммуникаций, применение нетрадиционных видов, инструментов и технологий является эффективной и, как правило, низко бюджетной альтернативой, что способствует достижению рыночных целей предприятий и получения ими высокой нормы прибыли.

Соответственно, выбор того или иного инструмента коммуникаций, в первую очередь, зависит от выбранной цели предприятия, его стратегии, выбранной целевой аудитории, специфики рынка, наличия ресурсов для продвижения и бюджета маркетинга предприятия.

Список литературы

1. Коммуникативная политика в системе маркетинга / О. Акимова, Л. Кукаева, Е. Майер, И. Волков // Современная экономика: проблемы и решения. – 2012. – №7. – С. 76-83 [Электронный ресурс] URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/206-1013-1-PB.pdf (дата обращения 02.05.2016).

2. Коммуникации стратегического маркетинга : учебное пособие ; Пер. с англ. под ред. проф. Л.Ф. Никулина / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 415 с.

3. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход [Перевод с англ. под ред. С.Г. Божук] / Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ: НЕОБХОДИМОСТЬ И БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

МАЛЕЦКИЙ А.В.,

канд. экон. наук, доцент,

СЕРКИНА Е.Е.,

магистрант,

кафедра финансов

ГО ВПО «Донецкий университет экономики и торговли

имени Михаила Туган-Барановского»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современной экономической литературе существует множество различных определений финансового контроля (ФК). Ученые и практики рассматривают ФК как деятельность уполномоченных органов и их должностных лиц по проверке соблюдения требований законодательства в сфере финансовой деятельности и применению, в предусмотренных законом случаях, соответствующих мер воздействия [1].

Анализ последних исследований и публикаций. В современном мире изучение сущности и механизмов финансового контроля менеджменте вызывает большой практический и теоретический интерес. Исследованию ФК посвящены работы таких ученых: А.Я. Быстрыков, М.И. Абдулаев, Н.В. Миляков, А. Г. Андреев.

Актуальность – тема финансового контроля актуальна в настоящее время, ввиду экономического кризиса, геополитической и политической нестабильностью в мире. На любом этапе предприятию необходимо мобилизовать все усилия и развивать систему функционирования финансового контроля.

Цель статьи - исследовать необходимость и базовые этапы финансового контроля в современных условиях.

Изложение материалов основного исследования. Осуществление финансового контроля является одной из важных функций финансового менеджера. Финансовый контроль направлен на планирование, оценку и координацию финансовой деятельности для достижения цели фирмы.

Финансовый контроль связан с политикой и процедурами, разработанными организацией для управления, документирования, оценки и отчетности о финансовых операциях организации. Таким образом, ФК указывает на те инструменты и методы, которые использует концерн для контроля за различными финансовыми вопросами [3]. То есть финансовый контроль – это необходимый и обязательный элемент при управлении финансовыми ресурсами всех форм хозяйствования на основании законодательной и нормативной базы с помощью математических, статистических и прочих элементов оценки финансового состояния.

Важность ФК в современных условиях:

- Для большинства предприятий финансы, финансовые вложения, инвестиции играют важную роль. Финансовый контроль обеспечивает надлежащую финансовую дисциплину в организации за счет эффективного использования ресурсов и надлежащего контроля за притоком и оттоком ресурсов.
- Финансовый контроль направлен на достижение целей организации путем координации деятельности различных подразделений организации.

- Правильный финансовый контроль увеличивает прибыль компании, что в конечном итоге увеличивает прибыль на акцию.

- Финансовый контроль обеспечивает оптимальное использование ресурсов, не оставляя места для потерь.

- Финансовый контроль помогает поддерживать надлежащий баланс между периодом взыскания задолженности и платежным периодом кредиторов—тем самым обеспечивая надлежащую ликвидность в фирме, которая повышает кредитоспособность фирмы.

Этапы финансового контроля:

По словам Генри Файоля: "В рамках предприятия контроль заключается в проверке того, все ли происходит в соответствии с принятым планом, изданными инструкциями и установленными принципами" [2].

Таким образом, согласно определению Файоля, шаги финансового контроля:

Первым шагом в области финансового контроля является установление стандарта для каждой финансовой операции концерна. Следует установить стандарты в отношении затрат, доходов и капитала. Стандартные затраты должны определяться в отношении товаров и услуг, производимых концерном, с учетом всех аспектов затрат.

Стандарт по выручке должен быть установлен, принимая во внимание цену продажи аналогичного продукта конкурента, план продаж на год. Определяя структуру капитала, различные аспекты, такие как уровень производства, отдача от инвестиций, стоимость капитала следует учитывать, чтобы избежать чрезмерной или недостаточной капитализации. Однако при установлении стандарта следует учитывать основную цель фирмы, а именно максимизацию богатства.

Следующим шагом в финансовом контроле является измерение фактических показателей. Для ведения учета фактических результатов

деятельности финансовые ведомости должны составляться периодически на систематической основе.

В третьем шаге, фактические представления сравнены с предопределенным стандартным представлением. Сравнение должно проводиться регулярно.

При наличии каких-либо отклонений в фактических показателях от стандартных показателей следует также установить величину отклонений или отклонений вместе с причинами этих отклонений. Об этом следует сообщить соответствующему органу для принятия необходимых мер.

Последним и завершающим этапом финансового контроля является принятие необходимых мер, таким образом, чтобы промежутки между фактическими показателями и стандартом деятельности могут быть преодолены в будущем.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. Финансовый контроль выступает проверкой строгого соблюдения финансового законодательства, своевременности и полноты выполнения обязательств перед бюджетом, банками, партнерами по взаимным обязательствам по расчетам и платежам. Таким образом, финансовый контроль служит важным способом обеспечения законности и целесообразности проводимой финансовой деятельности. Требование соблюдения законности в деятельности по образованию, распределению и использованию денежных фондов государства и субъектов местного самоуправления имеет конституционную основу. Изучение финансового контроля на предприятии имеет решающее значение для изменения качества работы, повышения эффективности производства, роста прибылей.

Список литературы

1. Юридические услуги Online, Финансовый контроль – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yurist-online.com/uslugi/yuristam/literatura/admin_pravo/098.php
2. Файоль А. Общее промышленное управление. М: Экономика, 1989. 63 с.
3. Государственный финансовый контроль [Текст]: учебнометодический комплекс / А.Я. Быстряков. – М.: РУДН, 2011. – 271 с.: ил. ISBN 978-5-209-03639-5
4. С. Ф. Мазурин, Н. В. Матыцина / Финансовое право: учебник для вузов© Мазурин С. Ф., Матыцина Н. В. 2016. -216 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОТРАСЛИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

МИХАЙЛЕНКО О.В.,

аспирант,

кафедра менеджмента непроизводственной сферы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время в большинстве не только развитых, но и развивающихся стран процесс информатизации здравоохранения охватывает все уровни – начиная с ведения электронных медицинских карт в учреждениях первичного звена и заканчивая информационно-аналитическими системами в учреждениях управления

здравоохранением, которые обеспечивают мониторинг здоровья населения и оценку качества оказываемой медицинской помощи.

Это обусловлено: системой организации здравоохранения (например, в Российской Федерации (РФ) – система обязательного медицинского страхования (ОМС)), законодательством и профессиональными стандартами в сфере здравоохранения, образовательными медицинскими технологиями. [1]

Как показывает практика, в ДНР по ряду объективных причин (социально-экономическая и политическая нестабильность, недостаточное финансирование отрасли, неудовлетворительная материально-техническая база) формирование единого информационного пространства в здравоохранении и внедрение ИТ-инноваций практически не осуществляется.

Такое положение дел в республике с одной стороны и активно развивающаяся информатизация здравоохранения зарубежных стран с другой - создают ярко выраженный дисбаланс между существующей в ДНР практикой и мировыми стандартами.

Во избежание его углубления с течением времени и ряда других негативных последствий от сложившейся ситуации, по нашему мнению, существует острая необходимость проведения реформ, направленных на информатизацию отрасли здравоохранения ДНР.

Изложение материалов основного исследования. В условиях ограниченных ресурсов первые шаги в данном направлении могут быть направлены на формирование основ медицинских информационных систем (МИС), создание и эксплуатацию отдельных функциональных модулей, соответствующих первостепенным задачам и реальным возможностям.

Ниже рассмотрена возможность внедрения программного обеспечения (ПО) типа «Электронная регистратура» с учетом зарубежного опыта (РФ).

Электронная регистратура представляет собой информационно-аналитическую систему дистанционной записи на прием к врачу в режиме реального времени. Концепция электронной регистратуры предполагает

использование цифровых данных, хранимых, извлекаемых и передаваемых электронным способом с целью оказания медицинских услуг. [2]

Вышеуказанное ПО предназначено для решения ряда проблем, в т.ч.: очередей в регистратуру и на прием к врачам; хранения и обработки бумажных картотек; составления графиков и расписаний работы отдельных специалистов, оборудования и кабинетов; разрешения прочих организационных вопросов.

Преимущества, получаемые при внедрении Электронной регистратуры, заключаются в следующем:

- для пациентов: повышение доступности медицинской помощи путем самостоятельной записи пациентов через интернет посредством любого удобного девайса на прием к врачу, сдачу анализов, вызова врача на дом, заказа справок, первичной регистрации в медучреждении и пр. в удобное время, в т.ч. возможность предварительной записи (согласно существующей практике в среднем за месяц);

- для медицинских учреждений: снижение нагрузки на работников регистратуры, оптимизация организационных процессов, повышение эффективности управления за счет формирования и использования различной статистической отчетности.

Опасения по поводу того, не ущемит ли данная система права пациентов, не имеющих доступа к сети интернет или не владеющих соответствующими навыками в силу возраста или иных обстоятельств, не имеют оснований, поскольку запись к врачу можно осуществить также по телефону или непосредственно в регистратуре (в таком случае вводит данные в программу и распечатывает талон медрегистратор с соблюдением принципа электронной очереди). Аналогичные действия может выполнить сам пациент, если в учреждении будет установлен информационный терминал, интегрированный в систему.

Опасения по поводу того, что пациенты будут заказывать талоны, но не приходить на прием, в результате чего будет задерживаться очередь, а врач

бездействовать, можно разрешить путем блокировки доступа в Электронную регистратуру пользователям, которые дважды не отменили запись.

Опасения по поводу того, что пациенты «электронщики» займут все талоны, а другие не смогут попасть на прием, также беспочвенны, поскольку талоны могут распределяться по любой схеме, исходя из реальной потребности, например: через один талон, через один час и т.п.

Таким образом, в проекте «Электронная регистратура» видится ярко выраженный социальный эффект. Также следует отметить возможность повышения управленческой эффективности в медучреждениях и улучшения качества условий труда, а, следовательно, производительности медперсонала.

Экономическую эффективность от проекта, при условии бесплатности для населения, рассчитать сложно, поскольку основной эффект – социальный, но минимизировать затраты на его внедрение - задача вполне достижимая.

Опыт Российской Федерации, где процесс информатизации здравоохранения проходил неравномерно во времени и пространстве, показывает, что отдельными медучреждениями и субъектами Федерации самостоятельно были заказаны разработка и инсталляция соответствующего ПО, которое не всегда соответствовало определенным параметрам. В результате чего для интеграции отдельных МИС в Единую государственную информационную систему в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ) и др. необходима их модернизация, часть данных требует дополнительной обработки, что влечет дополнительные материальные, трудовые и временные затраты. Разработка отдельного ПО для каждого медицинского учреждения первичного звена экономически не выгодна, так как на него полностью ложится стоимость разработки, установки и дальнейшей технической поддержки. С целью унификации данных и снижения затрат в регионах стали формироваться Электронные регистратуры городов, областей, округов. При этом на базе общего регионального сервера создается общий сайт, к которому подключаются рабочие компьютеры медрегистраторов и врачей всех медучреждений региона.

На сайте размещается информация о расписании всех врачей, свободном времени посещений по датам, личный кабинет пользователя.

Такой вариант, по нашему мнению, приемлем для ДНР в виде государственной услуги, оказываемой МЗ ДНР в рамках концепции электронного сервисориентированного государства. Это обосновывается следующими факторами:

1. Техническая возможность: современное ПО «Электронная регистратура» - это высоконагруженное решение, обеспечивающее безотказное функционирование при большом количестве одновременных подключений и миллионы записей в базе данных.

2. Возможность снижения бюджетных затрат:

- за счет создания и обслуживания единого для республики сайта;
- за счет усеченной архитектуры системы (например, модуль электронных медицинских карт не может быть введен до принятия соответствующих НПА по использованию и защите содержащихся в картах данных, а также до утверждения унифицированной формы карты; отсутствие медицинской информации, содержащейся в картах, автоматически ограничивает количество статистических и управленческих отчетов, не требует подключения к системе врачей; в связи с отсутствием иных МИС не требуются интеграционные шлюзы для обмена информацией и т.д.);

- за счет изыскания дополнительных источников финансирования (гуманитарная помощь; гранты международных организаций и пр.).

Также, учитывая ограниченность ресурсов, можно рассмотреть возможность внедрения Электронной регистратуры в качестве платной медицинской услуги. В данном случае инвестор будет получать прибыль от работы сайта на коммерческой основе. Оплата может производиться путем списания фиксированной суммы согласно утвержденного тарифа (например, 10-15 руб.) мобильным оператором при получении смс-уведомления о регистрации талона.

Таким образом, проанализировав опыт развития информатизационных процессов в Российской Федерации, в частности внедрения проекта «Электронная регистратура», с учетом мировых тенденций глобализации, можно прийти к следующим выводам:

1. Несмотря на ограниченные материальные и финансовые ресурсы, существует острая объективная необходимость формирования фундамента информатизации отрасли здравоохранения ДНР.

2. Реформирование здравоохранения в направлении развития медицинских ИТ и создания общего информационного пространства является стратегически важным, призванным повысить эффективность функционирования отрасли здравоохранения.

3. Одним из первых шагов по развитию МИС может быть проект «Электронная регистратура», адаптированный к существующим в ДНР условиям, поскольку обладает рядом основополагающих характеристик:

- целесообразность (социальный эффект – удобство, снижение социальной напряженности, управленческий эффект – возможность автоматически формировать отчетность в разных плоскостях, как основу для планирования, организационных и мотивационных мероприятий, осуществления оперативного контроля; улучшение условий работы медперсонала и пр.);

- функциональность - путем последующей модернизации (добавлением новых модулей к базовым) расширять функциональное назначение;

- перспективность – спрос на услуги для населения и возможности для медработников с течением времени, т.е. развитием ИТ будет только увеличиваться.

Список литературы

1. Зарубина Т.В., Николаиди Е.Н. Медицинская информатика в современном высшем медицинском образовании / Врач и информационные технологии – 2019 - №3 - стр.72-80.

2. Персин Л.С., Мержвинская Е.И. Внедрение системы электронной регистратуры в клинике ортодонтии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL:

<https://www.mediasphera.ru/issues/stomatologiya/2017/1/1003917352017011016>

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

МИШИНА Ю.А.,

преподаватель,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Успех долгосрочного социально-экономического развития государства в условиях современных вызовов определяется качеством управленческих решений в направлении развития сферы образования и науки, реализация которых позволит перейти к экономике инновационного типа. Образовательным организациям высшей школы отведена одна из ключевых ролей в достижении данной цели, поскольку именно высшие учебные заведения, результатом деятельности которых являются квалифицированные специалисты, выступают необходимым элементом структурной трансформации экономики.

Цель исследования. Выявить влияние рейтингов на эффективность деятельности образовательных организаций высшего профессионального образования (далее – ОО ВПО) и обозначить актуальность их применения для учебных заведений Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Для эффективного управления системой высшего образования, принятия соответствующих управленческих решений и реализации государственных программ поддержки необходимо осуществлять оценку эффективности деятельности ОО ВПО. Мировой опыт демонстрирует использование двух типов инструментария для достижения такой цели: мониторинг в рамках периодической официальной отчетности учебных заведений, а также составление национальных и международных рейтингов.

Результаты рейтингов вызывают интерес у многих заинтересованных сторон, среди которых: абитуриенты, работодатели, государство, академическое сообщество, конкуренты. Анализ результатов деятельности ОО ВПО, представленных в рейтингах, приводит к появлению стимулов для их саморазвития. В общем понимании рейтинги дифференцируют учебные заведения по ряду критериев, в зависимости от целей и целевой аудитории, участвуют в формировании репутации образовательной организации, служат профессиональным навигатором для абитуриентов, а также источником данных для прочих заинтересованных сторон.

При правильной интерпретации данных рейтинги дополняют работу государственных органов и независимых агентств по контролю качества услуг, предоставляемых образовательными организациями высшей школы. Поэтому рейтинги высших учебных заведений давно стали частью национальных систем обеспечения качества образования, а глобальные рейтинги лучших университетов мира, в свою очередь, служат ориентиром для совершенствования систем высшего образования, как развитых, так и развивающихся стран.

В основе успеха как идеи рейтингования в целом, так и отдельных рейтингов лежит доверие к методологии и агенту, обеспечивающему процесс. Международная экспертная группа по рейтингованию IREG [1] является гарантом качества процессов ранжирования учебных заведений регионального,

национального и глобального уровней. Членами организации являются ведущие мировые вузы, экспертные организации и отдельные эксперты, занимающиеся построением различных видов рейтингов.

Принципы качества и надлежащей практики при ранжировании ОО ВПО, принятые международным сообществом, закреплены в Берлинских принципах ранжирования высших учебных заведений [2], которые представляют собой свод рекомендаций для построения качественного ранжирования по четырем областям: цели и задачи рейтинга; разработка показателей и их значимость; сбор и обработка данных; представление результатов рейтинга.

В структуре глобальных рейтингов высших учебных заведений выделяют следующие основные группы: традиционные рейтинги - Academic Ranking of World Universities (ARWU), Performance Ranking of Scientific Papers for World Universities, Leiden Ranking; репутационные рейтинги – World Reputation Rankings от Times Higher Education (THE); виртуальные рейтинги – Webometrics; гибридные рейтинги - Times Higher Education World University Rankings (THE), QS World University Rankings. Основными критериями для оценки учебных заведений в глобальных рейтингах выступают: образовательная, научно-исследовательская, международная деятельность, развитость инфраструктуры.

Выводы. Таким образом, рейтинги высших учебных заведений, независимо от уровня, стимулируют конкурентную борьбу между ними за абитуриентов, объемы контрольных цифр приема, инвестиции, дополняют работу государственных органов по контролю качества предоставляемых услуг, выступают неотъемлемым элементом обеспечения качества национальных систем высшего образования. В Донецкой Народной Республике не предоставляются публичные результаты мониторинга сферы высшего профессионального образования. Составление и обнародование рейтинга образовательных организаций высшей школы в Республике, как открытого источника информации, предоставит всем заинтересованным сторонам

возможность оценить деятельность того или иного учебного заведения, а образовательным организациям повысить эффективность деятельности, что приведет к положительному эффекту для развития Республики в целом.

Список литературы

1. Официальный сайт Международной экспертной группы по рейтингованию IREG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ireg-observatory.org/en/> (дата обращения: 15.10.2019 г.)
2. Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ireg-observatory.org/en/berlin-principles-russian> (дата обращения: 15.10.2019 г.)

МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ДНР

МОЖАРОВСКАЯ П.П.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

КИМ Я.Г.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Туризм играет все более значительную роль в мировой экономике, поэтому во многих странах мира эта отрасль бурно развивается. Поскольку туризм является межотраслевой сферой экономики, которая охватывает не только средства размещения, но и транспорт, связи, отрасль питания, развлечений и многое другое, туристическая отрасль влияет на каждый континент, государство или город. Значение туризма для

экономик разных стран связано в первую очередь с теми преимуществами, которые он вносит при условиях успешного развития:

увеличение количества рабочих мест;

рост налоговых поступлений от бюджетов всех уровней;

мультипликативный эффект от туризма (его влияние на развитие смежных отраслей);

экономическое влияние на национальную экономику, которое стимулирует экспорт продуктов.

Туризм в ДНР может и должен стать сферой реализации рыночных механизмов, источников пополнения государственного и местного бюджетов, способом общедоступного и полноценного отдыха и оздоровления, а также ознакомления с историко-культурным наследством и настоящим народа Республики. Для развития туристической отрасли необходимо разработать механизмы управления международным туризмом.

Целью исследования является определение механизмов управления международным туризмом в Донецкой Народной Республике

Изложение материалов основного исследования. Приоритетным видом туризма для ДНР остается международный туризм как важный источник пополнения валютными поступлениями государственной казны и создания дополнительных рабочих мест. На сегодняшний день ДНР обладает большим количеством средств размещения туристов и отдыхающих, памятков культуры и архитектуры, рекреационных зон и других объектов туристических и экскурсионных услуг, однако все они нуждаются в модернизации и реконструкции согласно международным стандартам. Основными причинами неэффективной реализации конкурентных преимуществ уникального ресурсного потенциала ДНР являются:

нестабильная политическая ситуация и военные действия на территории ДНР;

низкое качество составляющих национального туристического продукта: большая часть природных зон и объектов культурного наследия не приспособлена для туристических посещений, туристическая инфраструктура в целом не соответствует качественным параметрам, а туристические услуги – требованиям качества обслуживания;

отсутствие комплексной политики государства, несформированность рациональных форм государственного управления в сфере туризма и деятельности туристических зон;

несоответствие нормативно-правовому и организационно-финансовому обеспечению современных проблем населения и экономики государства, существующим параметрам туристического потока, тенденциям развития туризма.

Государство осуществляет регулирование туристической отрасли исходя из следующих принципов:

создание благоприятных условий для развития туристической деятельности;

определение и поддержка приоритетных направлений туристической деятельности;

формирование представления про страну, благоприятную для развития туризма;

поддержка и защита туристов, турагентов и их объединений.

Необходимость координации предпринимательской деятельности, предоставления и защиты общих имущественных интересов побуждает создание объединений, которые не противоречат законодательству. Поэтому государство должно способствовать развитию туристической деятельности: подготавливать кадры, обеспечивать научные исследования в сфере туристической отрасли, обеспечивать развитие инновационных технологий и т.д. [1]. Однако актуальным остаются вопросы создания нормативно-правовой базы государственного регулирования в сфере туризма, налоговой политики,

приватизации и акционирования, создания инвестиционных условий, которые стимулируют приток денежных средств в объекты туристической индустрии на территории ДНР.

Одновременное формирование туристической отрасли должно быть ориентировано на создание рабочих мест, увеличение доходов государства и населения, сохранение объектов туристической привлекательности, рациональное использование природного, исторического и культурного наследия, укрепление международных связей [2].

Туризм – это капиталоемкая отрасль. Для создания индустрии туризма современного уровня необходимо привлекать материальные и финансовые ресурсы. Во многих странах отрасль туризма создавалась за счет привлечения иностранного капитала. Использование иностранных инвестиций допускает активное государственное влияние с помощью налогово-финансовой политики. Создание благоприятных условий для инвестиций в туристическую индустрию, создание налоговых льгот, сокращение налогов и сборов или освобождение от них на начальной стадии созданных вместе с зарубежными инвесторами фирм, помощь целевыми бюджетными субсидиями – это меры, которые должны быть согласованы с созданием дополнительных рабочих мест и привлечение местной рабочей силы и других ресурсов, которые способствуют активизации экономики.

Концептуальные задачи государственного регулирования туристического бизнеса на современном этапе развития экономики должны быть следующими:

разработка концепции туризма, в которой должен быть установлен равный приоритет внутреннего туризма и услуг иностранным туристам; на внутреннем рынке преимущество должно отдаваться массовым видам туризма для граждан ДНР, доступным всем слоям населения; при обосновании региональной политики целесообразно стимулировать активизацию предложения услуг культурного и исторического туризма;

способствование развитию туризма, которое обеспечивает воссоздание и охрану природных и культурных ресурсов государства;

создание условий для формирования адресного туризма социально незащищенных слоев населения;

создание возможностей для согласованного развития всех элементов сектора туризма;

оптимальное соединение политических, экономических, экологических и социальных выгод от туризма и распределение их внутри общества, сводя при этом проблемы, связанные с туризмом к минимуму;

формирование на национальном уровне необходимые координационные структуры в сфере изучения рынка;

оценка возможностей размещения, выбора типов и ступеней развития выдающихся объектов, услуг и инфраструктуры в туристической отрасли;

достижение инвестиционной привлекательности туризма;

обеспечение ориентиров для постоянного контроля за направлениями развития туризма.

Наряду с прямыми методами регулирования государство должно использовать методы непрямого воздействия. Государственный механизм управления в туристической сфере рассматривается как взвешенная система приемов, рычагов и методов влияния государственных органов власти на деятельность всех субъектов туристического рынка, а также способов и практического применения. Долгосрочное влияние туризма создает обширный мультипликативный эффект, который проявляется в развитии смежных отраслей: строительства, промышленности, сельского хозяйства и т.д. Вследствие этого увеличивается занятость населения, наблюдается рост его доходов [3].

Выводы. В связи со сказанным выше, государственное регулирование туристической отрасли предлагается рассматривать как совокупность форм и методов целенаправленного влияния органов государственной власти на

развитие туристической отрасли и создания условий для эффективной совместной работы органов государственной власти, местного самоуправления и частного сектора касает развития туризма через разные механизмы: административные, организационные, экономические, правовые, экологические и т.п. Несмотря на активизацию исследовательских усилий, направленных на анализ вопросов по туризму, некоторые аспекты государственного регулирования данной отрасли остаются недостаточно разработанными. Разработка стратегии развития туристической отрасли и создание условий для ее эффективного внедрения является сложной задачей. Для успешного ее решения, предотвращения политическим ошибкам и просчетам целесообразно воспользоваться опытом других стран.

Список литературы

1. Боголюбова Е. В. Современные тенденции и перспективы развития международного туризма // Молодой ученый. – 2017. – №37. – С. 52-55. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/171/45573/> (дата обращения: 05.10.2019).
2. Трегубчук А.А., Чемодурова С.С. Международный туризм: стратегия развития и механизмы регулирования качества услуг // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XIII междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2017. – № 2(13). – С. 358 – 366.
3. Сурнина К.С., Яновская А.А. Анализ формирования механизма государственной поддержки малого предпринимательства в международном туризме // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2014. – № 3(28). – С. 137 – 141.

**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ВО ВЗАИМОСВЯЗИ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ**

МОРОЗОВА В.К.,

ассистент,

БЕГАНСКАЯ И.Ю.,

д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях существующей высокой конкуренции между образовательными учреждениями высшего профессионального образования (далее ОУ ВПО) любое образовательное учреждение должно стремиться быстрее и адекватнее отвечать на запросы заинтересованных сторон и гибко реагировать на меняющиеся требования рынка образовательных услуг.

Цель исследования. Ввиду сложности, многогранности проблемы постоянного улучшения качества образовательного процесса организации в современных условиях далеко не все аспекты и факторы учтены и разработаны в достаточной мере. Это обуславливает необходимость дальнейшего поиска инструментов и механизмов эффективного взаимодействия образовательной организации со своими стейкхолдерами.

Изложение материалов основного исследования. В настоящее время вопросы, связанные с управлением качеством в образовании, все чаще и чаще возникают в самых различных контекстах. Наблюдается рост числа теоретических публикаций, посвященных описанию множества примеров реализации систем управления качеством. Термин «качество» широко

используется в быту, деловом общении, в прикладных и теоретических научных работах, таким образом, качество – это комплекс параметров, свойств и характеристик продукта или предоставляемой услуги, придающих им способность удовлетворять те или иные потребности.

Управление качеством ОУ ВПО предполагает совокупность организационной структуры, методов, последовательных процессов, а также ресурсов, требуемых для реализации политики в сфере качества с помощью планирования, обеспечения, непрерывного повышения качества и управления им. Управление качеством включает административную, преподавательскую, научную, и хозяйственную сферы деятельности ОУ ВПО. Данные сферы взаимосвязаны и в большинстве случаев пересекаются. Функционирование системы управления качеством осуществляется за счет вовлеченности всего персонала ОУ ВПО и стейкхолдеров в данный процесс, при этом полная ответственность за достижение целей в области качества ложится на высшее руководство в лице ректора.

В понимании качества образования необходимо отталкиваться от устоявшейся концепции качества. Характерной чертой образования является более сложная, нежели у продуктов, схема потребления. Потребителями результатов образовательного процесса являются такие стейкхолдеры, как студенты, их семьи, организации, в которых они будут работать, и общество и государство в целом, которые будут использовать их потенциал. Во взаимосвязи с вышесказанным, качество образования можно определить, как совокупность свойств и характеристик образовательного процесса, придающих ему способность удовлетворять те или иные потребности отдельных граждан, предприятий, общества и государства в знаниях и навыках.

Основные свойства и характеристики образовательного процесса, определяющие его качество, приведены на рисунке.

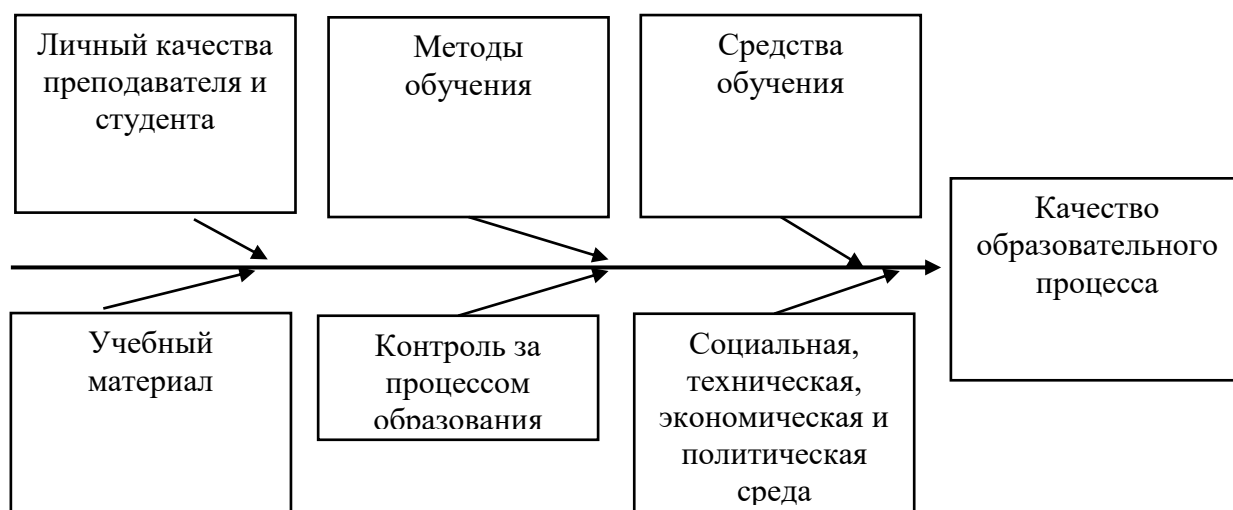


Рис. Свойства образовательного процесса, которые определяют его качество

Одним из важных элементов обеспечения качества образования является эффективное взаимодействие ОУ ВПО с заинтересованными сторонами. В рамках управления качеством высшего профессионального образования предлагается, что деятельность стейкхолдеров будет распространяться на кафедры и факультеты, где непосредственно происходит формирование образовательной деятельности и образовательного процесса путем предоставления предложений и участие в работе в методической комиссии по образовательным программам.

Внешние стейкхолдеры будут привлекаться для проведения экспертной оценки качества образовательных программ специальностей с предприятий и учреждений, где применяются инновации в технологии, управлении и экономической деятельности, а студенты проходят производственную практику.

Влияние стейкхолдеров на качество образовательных программ будет осуществляться через участие в работе учебно-методического совета и предоставление предложений относительно соответствия учебных и учебно-методических материалов нормативным документам относительно образования

и современным позитивных тенденций в сфере менеджмента и экономики в Ученый совет.

Стейкхолдеры будут привлечены к рецензированию образовательных программ специальностей в части профессиональной подготовки, но не вмешиваться в процедуры осуществления образовательного процесса и академической составляющей по формированию результатов обучения с интегральной и общеобразовательных компетенций соискателей высшего образования.

Вывод. Таким образом, для поддержания конкурентного статуса на рынке образовательных услуг и совершенствования системы управления качеством образования ОУ ВПО необходимо строить свою деятельность с учетом взвешенной политики взаимодействия со стейкхолдерами.

СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СПОСОБСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

БРАТУХИН О.И.,

студент бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Специфика осуществления внешнеэкономической деятельности (ВЭД) связана с трудоемкими и финансовозатратными процессами, ее сопровождающими. Среди которых наиболее значимыми являются: исследования товарно-ценовой конъюнктуры и

бизнес-среды зарубежных рынков, разработка ценовой политики, поиск и выбор внешнеторговых партнеров, выявление потенциальных конкурентов и разработка соответствующих стратегий конкуренции. Кроме того, каждый из названных аспектов усложняется наличием рисков финансовых потерь и полного разрушения бизнеса организации. Большинство субъектов ВЭД испытывают значительные трудности с наличием в штате своих сотрудников специалистов в области прогнозирования и реального обеспечения практических процессов международного товарообмена, в том числе с позиций международного торгового права. Решение указанных проблем субъектов ВЭД призваны обеспечить специализированные организации, способствующие развитию ВЭД. Данная сфера деятельности заслуживает дополнительного исследования по причине гибкости и непредсказуемости новых векторов развития. Каждый дополнительный барьер государства создает новую ветвь организаций способных содействовать в преодолении данной преграды.

Цель исследования – определение организаций, способствующих развитию ВЭД и возможностей их функционирования в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. В современных условиях борьбы глобализации и протекционизма, количество организаций, содействующих предприятиям в выходе на новый рынок продолжает расти. Первоначально, к таким организациям в теориях менеджмента и в практике управления ВЭД относились организации сферы услуг, занимающиеся подготовкой внешнеторговых сделок, проведением переговоров, оформлением товаросопроводительных документов, осуществлением таможенного декларирования, международных расчетов и др. Однако, по сути, данные организации не столько способствуют развитию ВЭД, сколько выступают в роли внешнеторговых посредников (что ведет к росту затрат на проведение внешнеторговых операций).

Следует отметить, что кроме основных посредников внешней среды предприятия (логистические компании, экспедиционные фирмы, таможенные брокеры, дистрибьюторские центры) сфера ВЭД также имеет ряд организаций способствующие выходу предприятий на внешние рынки.

Классически, их можно разделить на две группы:

- 1) Международные организации, занимающиеся общим регламентированием и установлением правил добросовестной конкуренции;
- 2) внутригосударственные неправительственные некоммерческие организации, которые на основе изучения и прогнозирования конъюнктуры на мировых рынках, условий торговли обеспечивают информацией и консультируют участников ВЭД, а также оказывают им содействие в развитии и совершенствовании новых форм и методов внешнеэкономической деятельности посредством подготовки специалистов необходимой квалификации.

Наиболее значимым примером первой группы организаций выступает Всемирная торговая организация (ВТО). К основным функциям ВТО относятся: регулирование и осуществление многосторонних торговых соглашений с членами ВТО; функционирование в качестве форума для многосторонних торговых переговоров; поиск путей урегулирования торговых споров; контроль над национальной торговой политикой; сотрудничество с другими международными учреждениями, участвующими в формировании глобальной экономической политики. ВТО является главным регулятором торгово-политических отношений между странами. Членами ВТО признаны 161 государство мира, что позволяет ей считаться основным надгосударственным органом, способствующим либерализации и контролю торгового процесса между странами. Также ВТО выступает элементом, способствующим протекционизму в различных странах. Так, например, вопросы регулирования условий труда отвергаются рядом участников организации по причинам снижения доходов и благосостояния развивающихся стран.

Вторая группа организаций - достаточно разнообразна, она представлена государственными и негосударственными образовательными учреждениями, занимающимися подготовкой кадров сферы ВЭД; некоммерческими негосударственными структурами, консультационной и сопроводительной направленностей; государственными организациями, обеспечивающими адаптацию к требованиям международного рынка, национальным техническим нормам и стандартам, критериям соответствия экологической и иного рода безопасности к поставляемой на рынки стран-импортеров продукции.

Примером организаций второй группы являются торгово-промышленные палаты (ТПП). Так, в Российской Федерации ТПП имеет ряд дополнительных организаций, специализирующихся на отдельных направлениях. Среди которых: экспертиза и стандартизация товара (АНО «Союзэкспертиза», ООО «Союзпатент», ООО «Экспертиза собственности» (ООО «ЭКСО»)); проведение выставок и ярмарок (ОАО «Центр международной торговли», ЗАО «Экспоцентр», ООО «ПРОМИПЭКСПО»); решение споров (Международный коммерческий арбитражный суд (МКАС), Третейский суд, Морская арбитражная комиссия, Ассоциация диспетчеров) и т.д.

Страхование грузов также является необходимой сферой в проведении внешнеторговых сделок. К примеру, в РФ данным органом выступает «Ингосстрах», осуществляющий страхование грузов, перевозимых всеми видами транспорта. В ДНР, негосударственным органом, способствующим развитию ВЭД является Торгово-промышленная палата ДНР, именно в её задачи и входит, как информационное обеспечение предприятий о нормативно-правовых изменений в сфере экономики и товарооборота, так и проведение экспертизы товара, а также создание благоприятного инвестиционного климата в Республике.

Отдельной организацией, способствующей развитию ВЭД в ДНР, является ГП «Донецкстандартметрология», которая обеспечивает единство измерений и защиту граждан и экономики ДНР от последствий недостоверных результатов

измерений. От лица государственных органов способствующих ВЭД выступают Министерство экономического развития и Министерство доходов и сборов. Первый орган государственного управления является аналитическим и информационным агрегатором, второй – выступает нормативно-правовым регулятором и представителем контроля над внешнеторговыми операциями.

Выводы. Сфера деятельности организаций, способствующих развитию ВЭД, включает в себя представителей всех операций, проводимых между контрагентами, от исследования внешнего рынка до разрешения споров между сторонами. Перечисленные организации являются важными участниками ВЭД, как на государственном, так и на международном уровнях, без которых невозможно формирование благоприятного климата и условий для развития ВЭД.

ТАМОЖЕННАЯ СЛУЖБА В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук. гос. упр., доцент, доцент,

КОНСТАНТИНОВА В.А.,

студентка бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Вопрос о необходимости коренного пересмотра роли и статуса государственных структур в системе государственного управления обусловлен трансформационными процессами в ДНР. Поиск рациональной модели организации органа исполнительной власти

в сфере таможенного дела представляет важное направление научного анализа государственного управления.

Анализ последних исследований показал, что в современных условиях развития внешнеэкономической деятельности трансформации связаны с расширением функций таможенных органов как регулятора внешних связей, растет научный и практический интерес к исследованию роли и функций таможенных органов и таможенной службы в целом. Проблемы развития таможенной службы, как одного из институтов государства, функционирование в условиях постоянных общественных преобразований является предметом исследований многих отечественных и зарубежных ученых: Г.И. Немирова [1], И.А. Гокинаева [2], А.Д. Косьмин [3], А.Д. Баранов [4] и др. Однако, несмотря на достаточное количество публикаций подавляющее большинство из них имеют сугубо отраслевую направленность, не рассматривая таможенную службу ни как самостоятельный государственный институт, ни как составляющую общегосударственной системы управления в условиях трансформационных преобразований.

Цель исследования – анализ моделей организации таможенных служб в отдельных странах мира с целью комплексного рассмотрения ее статуса в системе органов государственного регулирования зарубежных стран.

Изложение материалов основного исследования. Статус таможенной службы в системе государственного управления имеет особенности, связанные с культурным, социальным и экономическим развитием государственного образования. Эти особенности во многом обусловлены историческим опытом внешнеэкономических связей государств, традициями управления экономикой и внешнеэкономической деятельностью, структурой системы органов исполнительной власти и т.п.

Основные различия в механизмах государственного управления таможенным делом оговариваются приоритетами таможенной политики, определением статуса и функций таможенной службы, и, следовательно,

определяют специфику организации самих таможенных органов, а также их административную подчиненность: 1) министерства и ведомства экономико-финансовой группы (министерство финансов, экономики, торговли и т.д.); 2) министерства административно-политической группы (министерство внутренних дел, иностранных дел и т.д.); 3) другая административная подчиненность; 4) автономный статус.

В большинстве зарубежных стран таможенная служба традиционно находится в ведении министерств и ведомств первой группы. Так, Главная таможенная служба Германии, Дирекция таможен и акцизов Бельгии, Главное таможенное управление Финляндии, Департамент таможен и косвенных налогов Италии, Таможенное бюро США, Департамент таможенной политики Японии подчинены министерствам финансов этих стран. Генеральная дирекция таможен и косвенных налогов Франции подчинена Министерству экономики, финансов и бюджета. Таможенные службы Монголии, Польши, Чехии и Словакии подчиняются Министерствам внешней торговли, Департамент таможен и акцизов Канады – Министерству налогов и сборов. Ко второй группе можно отнести Швецию, где Департамент внешней торговли (который занимается и вопросами таможенного дела) подчинен Министерству иностранных дел. К третьей группе относятся те таможенные службы, которые подчиняются министерствам, не вошедшим в первые две группы. Например, Дирекция таможен Кубы входит в состав Министерства торговых флотов и портов. К четвертой группе относятся таможенные службы, которые занимают самостоятельное положение в системе государственного управления.

В зависимости от подчиненности таможенных органов варьируется и официальное наименование этих учреждений: управление, дирекция, бюро, служба, департамент таможни, таможенных пошлин и акцизов и др. Основополагающие решения по вопросам таможенного дела, как и любой сферы государственного управления, определяют высшие органы государственной власти – парламент и правительство, принимающие законы по

регулированию внешнеэкономических связей и других вопросов внутренней политики.

Следующим звеном в управлении таможенным делом являются министерства, управления и другие государственные учреждения государства. Министерство (в случае подчинения им таможенных органов) осуществляет общее руководство их деятельностью. Министр может ограничивать компетенцию некоторых бюро, создавать и наделять дополнительными полномочиями другие бюро (как это происходит во Франции) [5], с помощью которых отдельные таможенные операции выполняются эффективнее. Компетенция таможенных бюро определяется дополнительными нормативными актами – постановлениями министра, в них дается перечень действующих бюро. Постановления министра финансов могут определять условия применения некоторых глав статьи таможенного кодекса, а также устанавливать иные, чем предусмотренные в нем условия выполнения диспозиций его статьи (например, сроки). Министр финансов Франции определяет основные правила взимания платежей, устанавливает общие правила о рассрочке, отсрочке их уплаты, случаи освобождения от налогов [5].

Важными являются решения министра финансов Франции в отношении участников внешнеэкономической деятельности. Он подписывает разрешения на деятельность таможенного представителя (уполномоченный, брокер) по представлению генерального директора и после сообщения соответствующего комитета министерства. В области таможенного оформления министр финансов Франции также наделяется целым рядом полномочий: устанавливает сроки пребывания товаров под определенным таможенным режимом, указывает таможенные склады, определяет процедуру и условия их функционирования, перечень операций, производимых ими [5].

Хотя таможенные органы Японии подчинены Министерству финансов, основным органом, который занимается вопросами таможенной политики в Японии, является Министерство внешней торговли и промышленности

(МВТП). Сектор по таможенной политике отдела мировой экономики Департамента торговой политики МВТП отвечает за вопросы, связанные с таможенной политикой страны (определяет размеры пошлины, таможенные процедуры) в рамках общей внешнеэкономической политики, занимается другими вопросами, связанными с таможенной службой в рамках задач министерства.

В управлении таможенным делом участвуют не только государственные органы общей компетенции и министерства, которым непосредственно подчинены таможенные органы, но и другие ведомства, деятельность которых прямо или косвенно связана с регулированием внешнеэкономических связей.

Порядок и способ формирования таможенных органов не отличаются многообразием. В основном главы этих ведомств назначаются высшим исполнительным органом. В Италии важность таможен как базового звена таможенной системы подчеркивается тем, что вопросы создания и ликвидации региональных и окружных управлений решает министр финансов по согласованию с другими министерствами, а таможен – Президент [6].

Выводы. Несмотря на национальные особенности, современное развитие таможенного дела характеризуется ярко выраженной тенденцией к интеграции, унификации, следствием чего является создание наднациональных таможенных органов (Всемирной таможенной организации и др.). Данные процессы приводят к преобразованиям в национальных таможенных службах стран. При этом приоритетной тенденцией является – автономия таможенных служб с их непосредственным прямым подчинением главе государства.

Список литературы

1. Немирова, Г. И. Механизм повышения качества государственных услуг в области таможенного дела в условиях цифровой трансформации / Г. И. Немирова, А. А. Виниченко. – М. : РИО Российской таможенной академии, 2017. – 130 с.

2. Гокинаева, И. А. Экономика таможенного дела. Часть I. Экономика таможенного дела и система таможенных органов. Учебное пособие. / И. А. Гокинаева. – СПб : Университет ИТМО, 2016. – 82 с.

3. Косьмин, А. Д. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность / А. Д. Косьмин, С. Е. Метелев, Е. С. Дубенская. – М. : Экономика, 2006. – 609 с.

4. Баранов, Д. Е. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности в России / Д.Е. Баранов. - М.: РАГС, 2003 – 218 с.

5. Путеводитель для бизнеса в Республике Франция [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ved.gov.ru/exportcountries/businessguide/> (дата обращения: 20.09.2019).

6. Путеводитель для бизнеса в Республике Италия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ved.gov.ru/exportcountries/businessguide/> (дата обращения: 02.10.2019).

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ И ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ПЬЯНЫХ А.О.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) является приоритетным направлением политики любой страны, так как создает базу для формирования выгодной торговли и

благоприятного инвестиционного климата. Для осуществления эффективного взаимодействия в системе международных отношений каждое из государственных образований вынуждено разрабатывать собственную стратегию экономико-правового поведения, которая бы способствовала многостороннему развитию внешнеэкономических связей. Стоит отметить, что ВЭД важна также с точки зрения ее места и роли в процессе воспроизводства на всех уровнях развития национальной экономики, решении задач социально-экономического развития. Эффективность влияния ВЭД на развитие национальной экономики предполагает использование стратегического подхода. Внешнеэкономическая стратегия определяет направления эффективной интеграции страны в систему мирового хозяйства и международного разделения труда, также позволяет использовать преимущества ВЭД для укрепления конкурентоспособности и обеспечения устойчивых темпов роста национальной экономики.

Цель исследования – систематизировать подходы к формированию стратегии ВЭД и программ по ее реализации.

Изложение материалов основного исследования. Стратегия развития ВЭД – комплекс согласованных планов действий органов государственной власти, территориальных представительств органов власти в сфере координации ВЭД, а также ее участников и всех институтов, связанных с содействием осуществлению внешнеторговой, инвестиционной и других видов ВЭД, разработанный на основе анализа состояния внутреннего и внешнего рынков, опирающийся на экономический потенциал Республики.

Разрабатывается стратегия развития ВЭД с учетом ее специализации, экономического потенциала, опыта практического осуществления международных и внешнеэкономических связей, исходя из установленных приоритетов в развитии внешнеэкономического сотрудничества.

Стратегия развития ВЭД государства должна содержать все возможные механизмы развития и государственной поддержки ВЭД, в том числе:

программы стимулирования экспорта и импортозамещения, приоритетные и перспективные направления развития ВЭД, комплексные меры по развитию инфраструктуры международных и внешнеэкономических связей, улучшению внешнеэкономического имиджа и повышению инвестиционной привлекательности, предусматривать совершенствование кадрового и информационного обеспечения ВЭД, развитие ее законодательной базы и т.д.

Экспортная внешнеторговая стратегия должна быть направлена на реализацию на мировом рынке конкурентоспособных товаров региональной экономики и стимулирование производства этих товаров, для чего и используется бюджетное финансирование, кредиты, финансирование НИОКР. Импортная – на регулирование ввоза иностранных товаров, работ и услуг, а также взаимодействие субъектов ВЭД с органами государственной власти.

Взаимосвязь действий по разработке стратегии и программы развития ВЭД отражены на рис. 1.

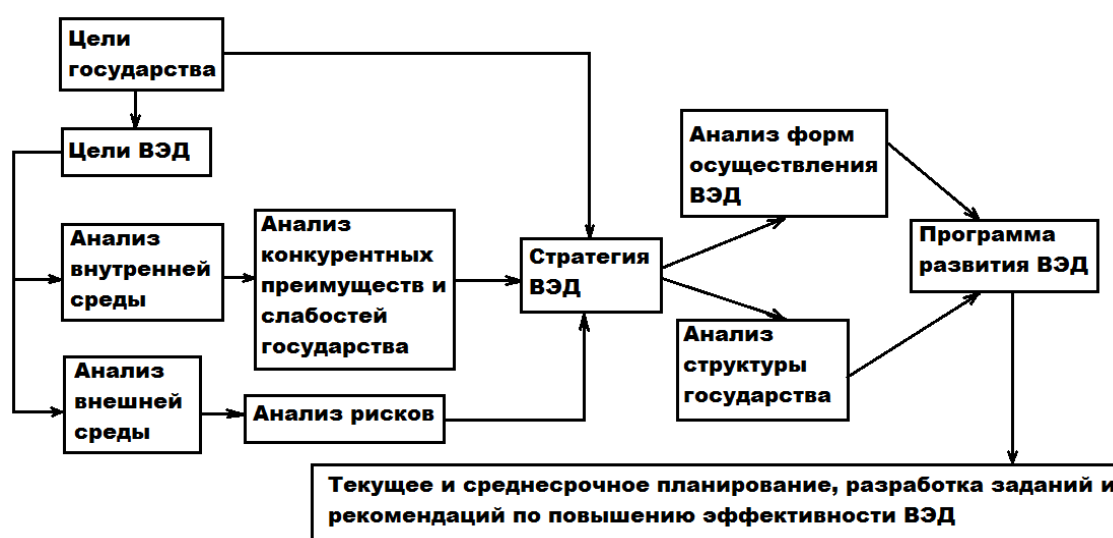


Рис. 1 – Схема взаимосвязи стратегии и программ развития ВЭД

В целом научно обоснованная внешнеэкономическая стратегия развития основывается на определённых принципах, в числе которых: системность предлагаемых мер и инструментов; целенаправленность государственного регулирования; взаимосвязь и взаимная поддержка различных стратегических направлений и обеспечивающих их стратегических действий; принцип

диверсификации как на уровне ВЭД в целом, так и применительно к отдельным ее формам и составляющим (экспорт, импорт, инвестиционное, производственное, технологическое сотрудничество и т.д.); равнозначность всех стратегических направлений развития ВЭД (выделение какого-либо одного направления представляется неприемлемым для экономики, поскольку неизбежно приведет лишь к консервации имеющихся ограничений как на уровне внутренних связей, так и внешних условий развития) (рис. 2).

Разработка стратегии ВЭД предполагает оптимальный выбор между альтернативными вариантами развития ВЭД. При этом оптимальным будет являться комбинирование целей и интересов всех групп экономических субъектов.

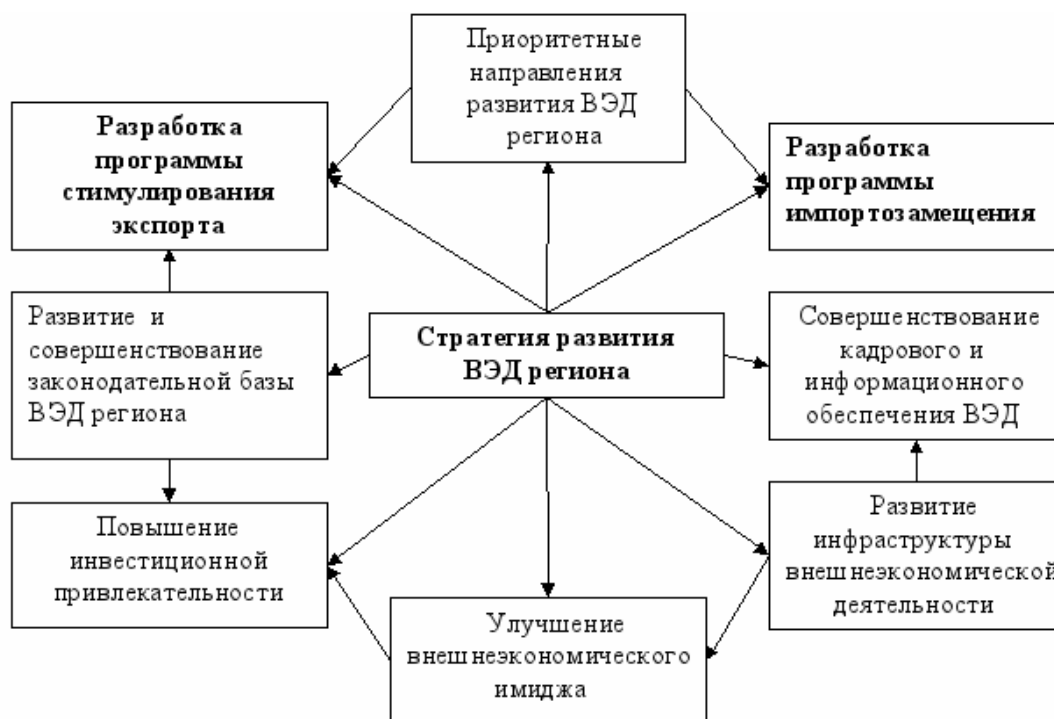


Рис. 2 – Направления реализации стратегии ВЭД

У ДНР имеются определенные преимущества, позволяющие ей принять тенденции глобального развития в рамках геоэкономического подхода, в их числе: высокий уровень образования; значительные запасы сырья; уникальное географическое положение; наличие собственных научных школ. Вместе с тем в отечественной экономике сохраняется ряд ограничений для дальнейшего

внешнеэкономического развития страны на базе инновационных факторов: недостаточное финансирование инновационно-активных компаний; ограниченное банковское кредитование; неравномерность территориального развития; неразвитость транспортной инфраструктуры; изношенность энергетической инфраструктуры; ограничения национальной экспортной политики; проблемы защиты интеллектуальной собственности.

В формировании и в большей степени в продвижении внешнеэкономической стратегии большая роль, как показывает мировой опыт, принадлежит концепции государственного маркетинга. Речь идет и совокупности мер, направленных на поддержку деятельности отечественных компаний на международных рынках и реализуемых на уровне государства. Государственный маркетинг, в том числе предполагает формирование культурного имиджа и образа страны за рубежом, продвижение национальной культуры и национальных традиций и т.д.

В рамках стратегии ВЭД следует предусмотреть механизмы передачи и распространения управленческих знаний. В частности, из государственных средств может предоставляться помощь для доработки проектных предложений, передаваемых на республиканские конкурсы. Для представителей бизнеса на основе частичного софинансирования могут организовываться специальные программы обучения по конкретным проблемам, связанным с внедрением новых стандартов качества, реализации инновационных проектов с участием зарубежных партнеров.

Выводы. Стратегия ВЭД должна быть ориентирована на создание условий для улучшения положения государства в системе мирохозяйственных связей. Оптимальная стратегия ВЭД выступает инструментом формирования внутренних источников накопления финансовых и прочих ресурсов. Она является базой решения проблем роста конкурентоспособности национальных производств и модернизации экономики страны. Задачами стратегии ВЭД выступают формирование и реализация последовательного стимулирования

развития различных форм ВЭД на конкретных территориях и в конкретные промежутки времени. Реализация задач стратегии ВЭД на практике осуществляется через разработку соответствующих программ по каждой форме ВЭД и единой комплексной программы. Программы развития ВЭД содержат конкретные мероприятия, исполнителей, ответственных за их реализацию, источники финансирования, критерии оценки эффективности и ожидаемые результаты.

Механизм реализации стратегии ВЭД включает финансовое, правовое, организационное, кадровое, информационное, техническое и методическое обеспечение и должен органично вписываться в общую структуру управления государством.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СОБЫТИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ТЕСЛЕНКО А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Процессы глобализации мировой экономики выдвигают к организациям всех уровней требования гибкости, умения быстро реагировать на изменения общественно-политической жизни, выработки нестандартных решений, способных привлечь потенциальных потребителей, завоевать целевую аудиторию и удовлетворить общественные потребности населения. В данных условиях организациям становится все

труднее завладеть вниманием ключевых сегментов потребителей, а поскольку старые маркетинговые инструменты со временем теряют свою эффективность, участники бизнеса и органы государственного управления вынуждены разрабатывать новые концепции, полностью отвечающие требованиям современной целевой аудитории. Одной из таких технологий выступает событийный менеджмент, базирующийся на особенностях работы с информационными и человеческими ресурсами. Сама же ивент-индустрия динамично и быстро развивается во всём мире.

Цель исследования – выявить специфику и возможности применения технологии событийного менеджмента в деятельности органов государственного управления.

Изложение материалов основного исследования. В данный момент информация является важным ресурсом, которым нужно уметь управлять, от скорости получения зависят результаты деятельности организации. Работа над созданием и продвижением крупномасштабного специального мероприятия подразумевает высокую активность всех структурных подразделений организации. В результате чего растёт дублирование функций в рамках одного и того же специального события. Проблема осложняется также ввиду отсутствия в структуре большинства организаций подразделения, отвечающего за оценку эффективности проводимого мероприятия. Кроме того, отсутствует единый комплекс такого оценивания эффективности, который бы включал все необходимые параметры и для каждого конкретного случая проводится оценка результативности.

Для понимания, что должен включать в себя событийный менеджмент рассмотрим сущность данного понятия. Понятие «событийный менеджмент» (ивент-менеджмент, ивент, от англ. event-management – управление событиями) – это организация управления событием, придание ему конкретной направленности в интересах заказчика. Это также особый тип PR-коммуникаций и своего рода технология проведения мероприятия. Его

прототипом являются институализированные собрания, являющиеся носителями информационных, специализированных коммуникаций, например, конгрессы, и даже театрализованные представления (шоу) [1]. Специальные события являются не только инструментом особой практики активности человека, но и маркетинговыми технологиями. Данный метод считается максимально эффективным из-за того, что в современном обществе грубый маркетинг, как правило, воспринимается негативно и не дает желаемого результата, а в сравнение с событийным менеджментом является полностью противоположным.

Ключевыми этапами событийного менеджмента является: исследование; планирование и подготовка; творческая работа; реализация концепции; анализ результатов. Рассматривая с точки зрения классических функций управления ивент-мероприятие или событие выступает как спланированное действие, которое реализовала группа профессионалов, ставя перед собой социально-культурные цели и задачи.

Событийный менеджмент является эффективным инструментом управленца в социально-культурной сфере деятельности, его используют как средство развития сферы досуга, а также для достижения определенных целей государственного управления в кризисных ситуациях. При этом важно учитывать, что спрогнозировать поведение человека очень трудно, особенно если этот человек находится под давлением неблагоприятных обстоятельств, в условиях повышенной ответственности.

Планирование ивент-мероприятия включает в себя следующие этапы: определение целей и задач мероприятия; разработка концепции мероприятия; выбор и подготовка локации (время и место проведения); организация работы персонала; создание бюджета мероприятия; выбор и заключение договоров поставщиками и субподрядчиками (техника, оборудование, услуги); разработка и утверждение сценария (режиссерский сценарий).

Основными проблемами применения событийного менеджмента для органов государственного управления являются: незавершённость процесса профессионального становления ивент-менеджмента; нехватка квалифицированных событийных менеджеров; наличие отделов СМИ.

Основные инструменты, которые необходимо использовать для решения целей и задач планирования мероприятия: формулировка концепции ивент-мероприятия, определение аудитории участников мероприятия, выбор ключевых идей и элементов атмосферы мероприятия. В большинстве случаев специальные мероприятия часто планируются и организовываются в виде проектов. В этой связи, применительно к организации специальных мероприятий, управление проектами представляет собой конкретную область практической деятельности, в ходе которой заранее определенные цели проекта достигаются за отведенное время.

Событийный менеджмент органов государственного управления представляет собой перспективное направление деятельности, позволяющее укрепить положение государства, имидж в системе международных связей. Для достижения данной цели предлагается создать на базе министерств координационный центр по созданию специальных событий. Основными задачами, которого станут: планирование, информирование и создание ивент-мероприятий на базе Министерства, поиск возможностей организации масштабных международных мероприятий для улучшения имиджа Министерства в глазах международной общественности.

Событийный менеджмент внесет в систему государственного управления элемент живого общения Министерства с целевой аудиторией. Он сделает интегрированный комплекс более целостным и поможет наладить связи с общественностью, а также построить долгосрочные отношения государства и общества. С помощью ивент-мероприятий Министерство будет активно участвовать в социальной жизни общества и тем самым формировать свой имидж.

Выводы. Событийный менеджмент способствуют лучшему продвижению услуг, стимулируют их сбыт и обеспечивают широкую известность организаций для различных категорий групп общественности. Кроме того, он максимально эффективно выстраивает процесс коммуникации между государством и обществом. Специальные события способствуют трансляции культурных ценностей. Такая технология позволяет организаторам социально-культурных программ совершенствовать свою деятельность.

Список литературы

1. Близняк, Р. З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций / Р. З. Близняк // Теория и практика. – 2010. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2010/4/politika/bliznyak.pdf (дата обращения 5.10.2019 года).

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ В КРОССКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

НАУМЕНКО С.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ШАПОВАЛ А.М.,

студентка бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Расширение работы организации и выход на мировой рынок требуют перестройки всей системы управления с учетом различных факторов, как политических, так культурных, а также национальных. Изначально, на первый план выдвигаются проблемы

внутрифирменного управления. К ним относятся умение руководителей всех уровней формировать интернациональный трудовой коллектив и уметь мотивировать персонал, используя для этого различные методы. Данная проблема равнозначно важна в мотивировании работников коммерческого сектора и государственных служащих, а менеджмент на стыке культур представляет собой серьёзный вызов для управленцев коммерческого и государственного секторов.

Цель исследования – выявить специфику и инструментарий мотивации работников предприятий в многонациональной среде.

Изложение материалов основного исследования. Система управления персоналом исследовалась отечественными и зарубежными специалистами в области управления многие годы и определялась как один из самых перспективных резервов повышения эффективности производительности и качества труда. Обобщенно можно представить понимание следующих категорий: эффективность – это категория, характеризующая производительность любых расходов, комплексно отражает конечные результаты использования средств производства и трудовых ресурсов; персонал (работники) это люди, которые имеют определенный багаж знаний и уровень квалификации и своим трудом приносят прибыль предприятию; управление персоналом – это взаимоотношения между руководителем и коллективом. Управление персоналом осуществляется на базе определенной структуры. Базовой составляющей, формирующей эффективность, является персонал предприятия.

В условиях конкурентной борьбы между организациями за лидерство на рынке, все большее число руководителей понимают важность грамотного управления персоналом, что непосредственно сказывается на экономическом показателе работы организации. Любая организация нуждается в совершенствовании системы управления персоналом. С каждым годом появляются различные технологии управления человеческими ресурсами, но

неизменным остается тот факт, что каждый работник – это, прежде всего человек со своими личными социальными, психологическими и физиологическими особенностями.

В сложившихся условиях задачей всех организаций является мотивирование трудового резерва к сокращению расходов, разработке новой продукции, пониманию качества продукции и улучшению обслуживания потребителей. Задача кросскультурного менеджмента – обучить, проконсультировать, пояснить и передать людям схемы поведения, которые помогут лучше понимать чужую культуру. Для того, чтобы повысить эффективность работы персонала используют различные методы управления и воздействия, в частности, мотивацию, как материальную, так и нематериальную. Иногда используют методы, которые имеют обратный, демотивирующий эффект. Уместность и эффективность тех или иных методов определяются в том числе культурными особенностями и отличиями.

Ведущий исследователь в области кросскультурного менеджмента современности, Г. Хофстеде разработал теорию, согласно которой можно выявить общие потребности (в обеспечении собственной безопасности, самореализации, профессионального роста), а так же то, что отличает одни культуры от других (индивидуализм/коллективизм, отношение к власти, отношение к неопределенности и ориентация на достижение цели).

Стимулирование поведение персонала в странах, для которых характерным является индивидуализм (США, страны Западной Европы) («американская модель управления»), можно объяснить тем, что каждый сотрудник хочет быть замечен и вознагражден. С другой стороны, мотивация других культур коллективизма (Япония, Китай) («японская модель управления») в большой степени зависит от потребностей и наград внутри групп [1] (рис.). Вероятность возникновения конфликтных ситуаций возрастает, когда механизмы мотивации не соответствуют либо противоречат культурным

установкам коллектива, что приводит к снижению качества выпускаемого товара и эффективности предприятия.

- **Разница в мотивации:**

Швеция — принадлежность и достижения
США — достижения и уважение
Германия — безопасность, уважение
Франция — безопасность, принадлежность

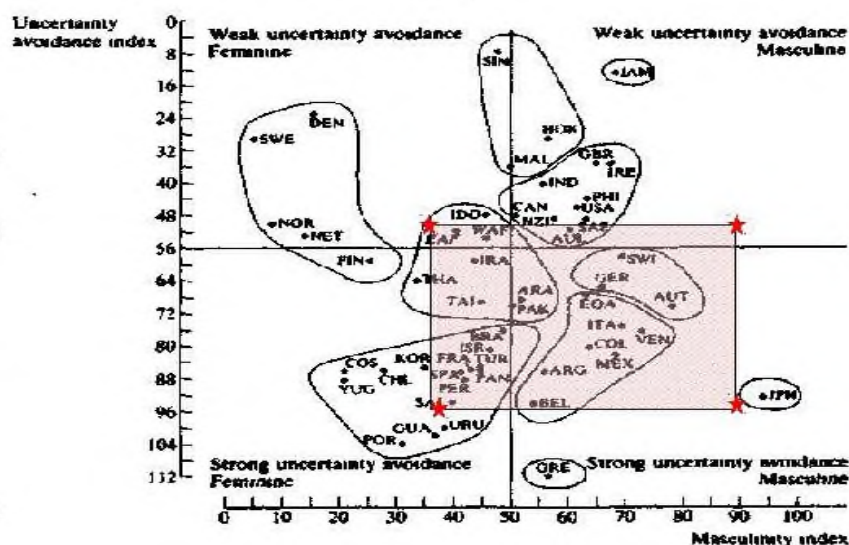


Рис. Мотивация в отдельных культурах мира

В настоящее время специалисты выделяют административно-технические, экономические и психологические методы воздействия на сотрудников. Посредством их активного применения вырабатываются эффективные способы воздействия на весь коллектив предприятия и отдельных работников, что улучшает либо ухудшает их деятельность.

Исходя из рассмотренных двух моделей управления «американской» и «японской», следует необходимость их комбинирования: сотрудник должен знать за что он получает деньги, т.е. на все 100% выполнять свою работу, а так же он должен быть верен своей работе. Но не надо забыть про атмосферу, в которой он будет работать. Это должен быть дружный коллектив, который принесет своему предприятию большие успехи и прибыль.

Выводы. Национальная культура выступает важным фактором, во многом определяющим специфику организационного поведения и развития, характер коммуникаций, стиль принятия решений, роль менеджера и специфику мотивации работников. Для роста эффективности работы организации необходимо совершенствовать различные виды мотивации труда, учитывающие национально-культурную специфику. Учет кросскультурных

аспектов поведения работников дает менеджерам инструментарий формирования эффективной системы мотивации и принятия решений, позволяющий использовать межкультурные схожести и различия для максимизации синергического эффекта.

Список литературы

1. Hofstede G. Dimensions of national cultures in fifty countries and three regions (Измерения национальных культур в пятидесяти странах и трех регионах) // Explications in cross-cultural gy / Deregowski J., Dzusrawiec S., Annis R. Lisse, Netherlands : Swets & Zeitlinger, 1983. – P. 335–355.

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ- СУБЪЕКТАХ ВЭД В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

НИКОЛАЕВА О.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

АРТЕБЯКИНА А.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время главным элементом, определяющим результаты и эффективность деятельности различных предприятий, является система сбытовой деятельности. Данная система включает в себя основные взаимодействующие подходы и методы, с помощью которых осуществляется сбыт продукции в организациях. Именно

поэтому управление сбытовой деятельностью на предприятии - это тема, которая актуальна на сегодняшний день.

Наличие хорошо разработанной системы сбыта является залогом эффективного функционирования компании. Изучение данной проблемы необходимо для понимания основных аспектов деятельности предприятия, связанные с его адаптацией к рыночным условиям. Одним из главных направлений на пути к интеграции является активная работа национальных предприятий по выходу на внешние рынки сбыта. Проблема экспортной деятельности предприятий рассматривается в контексте внешнеэкономической интеграции, как важнейшее условие вхождения предприятий в мировую хозяйственную систему. Залогом успешного партнерства компаний в сфере международной торговли является переход к новому уровню качества продукции, изменения ее ассортимента и номенклатуры, стандартов и требований к ее производству, внедрения новых технологий и нового оборудования.

Цель исследования - выявить проблемы управления сбытовой деятельностью на предприятиях – субъектах ВЭД и выбрать самый приемлемый и оптимальный путь организации сбыта продукции на международный рынок.

Изложение материалов основного исследования. По мнению современных ученых-экономистов сбыт – это ключевой элемент маркетинга, а также деятельности организации по изготовлению и распределению товара до конечного потребителя, главной задачей которого является получение прибыли и возврат средств, вложенных в производство. Исходя из этого, сбытовая деятельность – это деятельность, направленная на реализацию (сбыт) произведенных или закупленных предприятием товаров, работ, услуг с целью извлечения прибыли [1].

На современном этапе деятельность по реализации продукции рассматривается с двух сторон. Первая предусматривает разработку системы

мер по рациональному распределению и реализации продукции (выбор стратегии сбыта, построение сбытовой сети). Вторая рассматривает сбытовую деятельность как систему мероприятий по эффективному передвижению продукции (выбор транспортных средств для доставки продукции, установление оптимальных маршрутов, определение количества и местоположения складов, создание информационного обеспечения цепи «производитель – потребитель»).

Таким образом, управление сбытом означает создание системы товародвижения, то есть системы, обеспечивающей доставку продукции к месту продажи (потребления) в нужное время, в необходимом количестве, необходимого качества и с наименьшими затратами [2].

Одной из главной составляющей сбытовой политики организации является выбор оптимальной схемы доставки продукции и его физическое распределение от производителя к потребителю. Исходя из этого, выбор сбытовой сети (каналов распределения) – это стратегическое решение, которое должно быть совместимо не только с ожиданиями в целевом сегменте, но и с собственными целями организации.

Важным этапом работы предприятия, осуществляя внешнеэкономическую деятельность, является выбор каналов дистрибуции. Для сбыта своей продукции предприятие может использовать международную оптовую и розничную торговлю. Специфика товаров, реализуемых на зарубежном рынке, предопределяет конфигурацию каналов их распределения [3].

Основной целью, с которой предприятие принимает решение о выходе на внешние рынки, является максимизация прибыли за счет использования эффекта масштаба и способности проводить исследования целевых зарубежных рынков. Выход на международный уровень представляет собой процесс, который состоит из нескольких этапов. Предприятие начинает с косвенного экспорта, эволюционирует в направлении прямого, и затем – в направлении производства за рубежом.

Представление способов (стратегий) выхода на внешний рынок, исходя из учета расходов, связанных с выходом на внешний рынок, и привлекательности для инвестирования представлены в табл.

Таблица

Стратегии выхода предприятия на внешний рынок, исходя из учета расходов и привлекательности для инвестирования

Затраты при выходе на рынок	Привлекательность для инвестирования		
	Высокая	Средняя	Низкая
Высокие	Собственное предприятие за рубежом	Объединения	Франчайзинг
Средние	Совместное предприятие	Промышленная кооперация	Контракты по продаже лицензий, ноу-хау
Низкие	Экспортные продажи	Управление по контракту	Экспорт через партнеров или экспортеров

Организация международной деятельности компании предусматривает подбор способа выхода на международные рынки. Она может остановить свой выбор на экспорте, совместной предпринимательской деятельности или же прямом инвестировании за рубежом [4].

Выводы. Особое внимание в системе управления сбытом на предприятии уделяется достижению целей, и реализации его задач с помощью функций сбыта, которые выполняют каналы распределения. Преимущественно самой приемлемой стратегией для организаций, которые только начинают свою внешнеэкономическую деятельность или принимают решение освоить новый рынок сбыта, выступает экспорт – который является самым дешевым и наименее рискованным способом организации внешнеэкономической деятельности. Также, основными немаловажными целями государственного регулирования предприятий – субъектов ВЭД должно быть создание благоприятных условий для укрепления позиций государства на мировом рынке, что возможно лишь при условии формирования и реализации

комплексной системы действий правительства по развитию и повышению эффективности экспорта продукции отечественных товаропроизводителей.

Список литературы

1. Кириенко Н.В. Моделирование системы сбыта предприятия на основе маркетинговой концепции / Н.В. Кириенко // Аграрная экономика. – 2014. – 42с.
2. Зуб А. Т.: Стратегический менеджмент: теория и практика – М.: «Аспект Пресс», 2015. – 241с.
3. Чарыкова О. Г. Формирование стратегии управления маркетингом / О. Г. Чарыкова Е. В. Сальникова, В. И. Бакланова. – Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР РФ, 2014. – 198с.
4. Кизим А.А. Стратегии выхода российских предприятий на международные рынки: проблемы и перспективы / А. А. Кизим. – Финансы и кредит. – 2015. – 72с.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ И МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНТРАКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

НИКОЛАЕВА О.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ВОДЯНАЯ А.С.,

студентка бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных быстроменяющихся условиях хозяйствования международное экономическое

сотрудничество является одним из основных факторов, влияющих на уровень экономического развития каждой страны. Успех внешнеторговых операций купли-продажи, экспортно-импортных операций, реэкспорта и реимпорта зависит от знания характеристик и правил заключения и управления внешнеэкономическими контрактами. Несмотря на то, что нормативно-правовое обеспечение внешнеэкономической деятельности достаточно хорошо развито на национальном и международном уровнях, однако на практике возникают сложности в процессе заключения, реализации, а также управления внешнеэкономическими контрактами.

Цель исследования. Особую актуальность приобретают вопросы управления внешнеэкономическими контрактами на предприятиях.

Изложение материалов основного исследования. Важность указанной проблемы привлекает внимание многих отечественных и зарубежных ученых, таких как И.С.Алексеев [2], С.М. Балакирева, А.А. Малышев, В.П. Савелов [3], О.В. Бирюкова [4] и другие. Большинство научных работ посвящены анализу структуры внешнеэкономических контрактов. Вместе с тем, требуют дальнейшего рассмотрения вопросы нормативно-правового и методического обеспечения управления внешнеэкономической контрактной деятельностью на предприятии.

В соответствии с Временным положением о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики под ВЭД понимается внешнеторговая деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, инвестиционная деятельность между субъектами хозяйствования ДНР и иностранными субъектами хозяйствования.

Определяя общие черты внешнеэкономических контрактов, необходимо обратить внимание на конкретные правовые источники таких договоров.

Основными источниками являются международные договоры, национальные законы и обычаи.

В международной торговой практике, используются такие источники международного права, как Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров от 11.04.1980 г. (Венская конвенция); Конвенция ООН о давности иска в международной купле-продаже товаров, принятая в 1974 году; Конвенция о праве, применяемая к договорам международной купли-продажи товаров 1985 года; Правила Инкотермс 2010 и другие.

Наиболее широко используется Венская конвенция ООН о договорах международной купли-продажи, принятая в Вене в 1980 году. Это международный документ, который имеет практическое значение в связи с подписанием и реализацией внешнеторговых контрактов. Венская конвенция была разработана комиссией Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) чтобы установить общие нормы для международных торговых договоров [4].

В международной торговой практике используются различные типовые формы контракта. Типовой контракт - это готовый текст договора или ряд стандартизированных условий, изложенных в письменном виде, с учетом практики, обычаев, норм, характерные для данного сектора деятельности или соглашения и принятые сторонами договора после того, как были оговорены условия контракта [2].

Одним из главных условий для успешного осуществления внешнеэкономических операций является заключение контрактов, но этому предшествуют выбор и изучение рынка, выбор контрагента, проведение переговоров.

Этап, связанный с выбором и изучением рынка, включает ряд важных факторов, на которые необходимо обратить внимание при подготовке внешнеторговых контрактов:

- 1) изучение емкости рынка, куда фирма стремится экспортировать свой товар;
- 2) наблюдение за конъюнктурой, чтобы проверить правильность решения о емкости рынка, определить колебания и благоприятные условия для покупки и продажи, методы проведения внешнеторговых операций, время выхода на рынок и место;
- 3) исследование торгово-политических условий позволяют определить некоторые ограничения на импорт или экспорт товаров (временные или долгосрочные), которые на практике могут стать серьезным препятствием для выхода на те или иные торговые площадки;
- 4) учет фактора существования нетарифных ограничений, таких как квотирование импорта, лицензирование каждой экспортно-импортной операции и т.д. Хотя эти ограничения не имеют запретительного характера, но значительно могут затруднить доступ к рынку и требуют дополнительного времени и ресурсов;
- 5) транспортные условия, которые влияют на цену товаров;
- 6) формы расчета (аккредитивная и инкассовая), которые чаще всего используются в импортной торговле;
- 7) изучение законоположений по осуществлению торговых операций;
- 8) исследование специфических требований рынка;
- 9) изучение товаропроводящей сети в стране сбыта, роль оптовых и розничных компаний, роль посредников;
- 10) уровень конкуренции на рынке, в частности, конкуренции в определенном секторе, и уровень цен на некоторых линиях продуктов, расходов на сбыт, приобретение возможных лицензий, обработку и модификацию товаров, чтобы соответствовать установленным стандартам на зарубежных рынках.

Этап выбора контрагента связан с определением партнера среди разнообразия торгово-экономических фирм в мировой практике. Особенно

важным является правовой статус компании, чтобы знать, кто будет платить долги, кому представится право заключения соглашений, границы полномочий [5].

Этап заключения контракта включает преддоговорной период, коммерческие переговоры, парафирование текста контракта, подписание контракта. В течение преддоговорного периода ведутся предварительные переговоры о предстоящей сделке и уточняются ее основные условия, чтобы все позиции контракта были конкретными. В преддоговорной период составляется проект контракта, который представляет собой фактическое соглашение, достигнутое сторонами в ходе переговоров.

Во время коммерческих переговоров определяются аргументы для достижения компромисса. При согласовании условий контракта одна сторона отправляет другой проект контракта. После изучения и нахождения компромиссного решения составляется окончательный текст контракта. На этом этапе подготавливаются предконтрактные документы: протокол разногласий, протокол согласования разногласий, протокол о зачете взаимных требований, соглашение об изменении контракта, контракт купли-продажи [3].

Окончательный экземпляр контракта визируется каждой стороной подписями уполномоченных представителей сторон (предварительное подписание или парафирование текста контракта), а затем подписывается, что является последним этапом заключения контракта.

Следует отметить, что момент заключения контракта в разных странах определяется по-разному. Особенности признания момента заключения контракта в зависимости от присутствия контрагентов такие [4]:

1. если контракт подписывается присутствующими сторонами, то он считается заключенным с момента его подписания, если в этом документе не указан иной срок вступления его в действие;

2. если контракт заключается между отсутствующими сторонами, то моментом заключения считается: момент отсылки письменного акцепта

(Англия, США, Япония, Швейцария); момент получения экспортером акцепта (Франция, Германия, Италия, Австрия).

Внешнеэкономические контракты включают содержащие ключевые элементы в определенном порядке: преамбула (определение сторон); предмет контракта; количество товара; базовые условия поставки товаров; цена и общая сумма контракта; качество товара; срок и условия поставки; условия платежа; условия передачи - прием товара; гарантии и претензии; упаковки и маркировки товара; отгрузки товара; санкции; страхование форс-мажорные обстоятельства; арбитраж; прочие условия; юридические адреса, почтовые и платежные реквизиты сторон [3]. При оформлении контрактов отдельные разделы могут быть объединены или введены другие.

Выводы. Таким образом, внешнеэкономический контракт - это единственный документ, с помощью которого стороны договора регулируют свои отношения и регламентируют взаимные права и обязанности при выполнении внешнеторговых операций. Источниками правового регулирования являются международные договоры, национальное законодательство и обычаи. Одним из главных условий для успешного осуществления внешнеэкономических операций является заключение контрактов, но для этого предшествуют выбор и изучение рынка, выбор контрагента, проведение переговоров. Этап заключения контракта включает преддоговорной период, коммерческие переговоры, парафирование текста контракта, подписание контракта. Следует отметить, что от компетентного и продуманного составления внешнеэкономического контракта зависит успех предпринимателей и страны в целом.

Список литературы

1. Официальный сайт Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mdsdnr.ru/normativnye-dokumenty/14-normativnye-dokumenty/378-vremennoe-polozhenie-o-poryadke-akkreditatsii-sub-ektov-vneshneekonomicheskoy->

deyatelnosti-i-registratsii-vneshneekonomicheskikh-dogovorov-kontraktov-sub-
ektov-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-donetskoj-narodnoj-respubliki-novaya-
redaktsiya

2. Алексеев, И.С. Внешнеэкономическая деятельность / И.С. Алексеев. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 304 с.

3. Балакирева, С. М. Психотехнологии подготовки и заключения внешнеторговых сделок / С.М. Балакирева, А.А. Малышев, В.П. Савелов. - М.: ВАВТ Минэкономразвития России, 2018. - 228 с.

4. Бирюкова, О. В. Торгово-политический инструментарий в международной торговле услугами / О.В. Бирюкова. - М.: Экономика и жизнь, 2018. - 288 с.

5. Гагаринов, В. И. Россия в международной торговле / В.И. Гагаринов. - М.: АСА, 2018. - 184 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

НИКОЛАЕВА О.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ДАНИЛЕЙКО Е.И.,

магистрант,

ДЗАДЗАМИЯ Т.Д.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблем в общем виде. Осуществление внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предприятиями предполагает ее

четкую организацию, поскольку от правильности ее постановки напрямую зависит эффективность выхода предприятия на внешний рынок, что и обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Свои исследования по данной тематике проводили О.А.Кириченко, О.П.Кись, О.Е.Ковтун, И.Ф.Коломиец, В.С.Круглов [1], В.В. Покровская [2], В.М.Соколовская, М.М.Стефаненко, Л.Н.Шевень [3] и др. Однако в современных глобализационных условиях хозяйствования, ВЭД быстро развивается, приобретая новые черты, формы, поэтому существует необходимость постоянного изучения ее организации.

Цель исследования. Рассмотреть теоретические основы организации внешнеэкономической деятельности предприятия.

Изложение материалов основного исследования. Организация ВЭД представляет совокупность действий управленческого персонала, направленных на создание организационных условий для обеспечения наиболее эффективного достижения желаемого результата от международного предпринимательства. Организация внешнеэкономической деятельности определяется той целью и задачами, которые она призвана решать. Ее цель – максимизация прибыли на длительный период за счет эффективного участия в международном предпринимательстве [3].

В современных условиях хозяйствования эффективность организации ВЭД на отечественных предприятиях является достаточно низкой, что обусловлено, в первую очередь, политическими и экономическими условиями существования Донецкой Народной Республики, отсутствием четкой внешнеторговой политики государства и неэффективной организацией ВЭД на самих предприятиях: слабыми каналами сбыта, недостаточным опытом работы на внешнем рынке, стремлением к быстрой отдаче путем продажи продукции, которая не требует особых усилий по ее продвижению.

Организуя и осуществляя ВЭД, каждое отдельное предприятие должно детально анализировать все факторы и выделять те из них, которые будут способствовать повышению эффективности организации ВЭД.

Предприятие должно вести постоянный поиск путей сокращения издержек, повышения прибыльности и увеличения положительного экономического эффекта от ВЭД и комплексно внедрять мероприятия, способствующие повышению эффективности организации ВЭД.

Организация ВЭД требует внимательной проработки таких вопросов как конъюнктура рынка, потенциальные покупатели и продавцы, установление деловых контактов с ними, проведенных переговоров, подписания соглашений и т. д. Поэтому, для эффективного управления ВЭД на уровне предприятия необходима адекватная условиям его работы структура управления, которая отражает построение системы управления в данной сфере, то есть органы, службы, аппарат, осуществляющий управление ВЭД.

Организация механизма ВЭД предприятия в значительной степени зависит от экономической и политической ситуации не только в стране, но и в мире. Совершенствование организации ВЭД на предприятии должно проводиться с учетом соответствующих законодательных актов и изменений в них, вносимых вследствие общего развития ВЭД. В соответствии с изменениями в экономической и политической жизни должны корректироваться и стратегии предприятия, необходимо планировать ВЭД сроком на 3-5 лет с учетом всех видов деятельности предприятия.

Повышение эффективности организации ВЭД следует начинать с совершенствования организации работы самого отдела, который отвечает за осуществление ВЭД на предприятии.

Следующим фактором, влияющим на повышение эффективности организации ВЭД является анализ конкуренции на рынке. Предприятие, которое ставит перед собой цель совершенствования организации ВЭД, должно сосредоточиться на сборе информации о партнерах по бизнесу и о конкурентах,

в частности на методах и особенностях ведения ими ВЭД. Исследование иностранных рынков значительно повышает эффективность организации ВЭД. На основе исследования, оценки и выбора иностранных рынков сбыта, должна разрабатываться товарная, ценовая, сбытовая и другие виды политики предприятия, то есть меры маркетингового комплекса, входящих в стратегическую маркетинговую программу. Для успешной организации ВЭД предприятие должно разработать различные маркетинговые стратегии.

Важным фактором повышения эффективности организации ВЭД является исследование цен на продукцию, обеспечение соответствующего уровня конкурентоспособности товаров на внешнем рынке, применения средств страхования валютных рисков при осуществлении ВЭД.

К весомым факторам совершенствования проведения внешнеэкономических операций принадлежит также организация нужных сроков поставки.

Значительную роль при повышении эффективности осуществления ВЭД играет организация оптимального транспортного обеспечения [1].

Выводы. Таким образом, одной из важных задач хозяйствующих субъектов, направленных на повышение эффективности деятельности предприятий, рост прибыли, а также усиление конкурентных преимуществ, является правильная организация управления внешнеэкономической деятельностью.

Список литературы

1. Круглов В.С. Анализ факторов экспортной деятельности промышленных предприятий / В.С.Круглов, О.А.Александрова // Вестник. – 2007. - №16(2). – С. 68-72.
2. Покровская, В. В. Внешнеэкономическая деятельность в 2 ч. Часть 1. : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Покровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 376 с.

3. Шевень Л.Н. Организация управления внешнеэкономической деятельностью предприятия // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2016. - № 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/12/13251>

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

НИКОЛАЕВА О.Н.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

СОРОКА Д.М.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Нынешнее состояние экономики Донецкой Народной Республики требует поиска и внедрения эффективных механизмов развития отдельных отраслей, среди которых важное место занимает туризм. Механизм управления развитием туристической отраслью должен функционировать таким образом, чтобы создавать благоприятную среду для развития туризма в Донецком регионе. Однако в отрасли существует целый ряд проблем, которые снижают конкурентоспособность туристического продукта на туристическом рынке Донецкой Народной Республики. Во-первых, это невысокое качество сервиса и недостаток материальной базы туристических предприятий. Во-вторых, неразвитость туристической инфраструктуры и малого предпринимательства в сфере туризма, поскольку наличия только туристических ресурсов недостаточно для привлечения и удержания туристов. Качественная и современная инфраструктура повышает

доступность туристских ресурсов, что увеличивает заинтересованность туристов.

В качестве инфраструктурного обеспечения следует опираться на приоритеты трансформационных преобразований, которые определяются как спецификой отрасли, её местом в системе регионального воспроизводства, так и ресурсной спецификой Донецкого региона. В данном аспекте целесообразно опираться на имеющиеся у региона преимущества. Ведь именно преимущества региона при правильной политике могут стать основой его развития, обеспечить конкурентоспособность и повысить эффективность деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе туристических территорий республики.

Целью исследования является поиск путей формирования и развития инфраструктуры въездного туризма в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. Политика развития туристической отрасли направлена на устранение наиболее существенных проблем. Непосредственное влияние государства на развитие отрасли незначительно из-за отсутствия должного финансирования. В таких условиях активную роль в развитии туристской инфраструктуры в регионе должны играть местные органы управления, а также организации, осуществляющие туристическую деятельность.

Можно выделить три основные направления формирования инфраструктурного обеспечения въездного туризма в Донецкой Народной Республике:

основной задачей формирования туристической инфраструктуры в ДНР является обеспечение соответствия качественных и количественных характеристик туристического продукта потребностям потребителей на рынке туристических услуг. По уровню развития туристической инфраструктуры, степени ее концентрации можно делать вывод о том, насколько интересна туристам данная территория. Однако, необходимо учесть, что потребности туристов в доступности природных, историко-культурных и других

туристических объектов региона у разных туристов отличаются. Для одних туризм связан с потребностями максимального комфорта, для других – с экстремальными путешествиями с минимальными потребностями проживания и питания. Следовательно, необходимо создавать условия, учитывая потребности всех категорий туристов;

нужно обеспечить высокий уровень транспортной доступности и комфортности перемещения туристов в ДНР, а также в пределах республики, создать рациональную схему туристических маршрутов, которая позволила бы равномерно охватить территорию объектов туристско-рекреационной инфраструктуры;

важным направлением инфраструктурного обеспечения туризма в регионе выступает освоение новых туристических технологий, включая информационные технологии. В настоящее время этот уровень в ДНР достаточно низкий. Сегодня в формировании, продвижении и реализации туристского продукта на рынке большая роль принадлежит информационным ресурсам, которые дают возможность потенциальным туристам получить объективное представление о территории, качественные характеристики предлагаемых услуг, а также самостоятельно планировать и осуществлять путешествие.

Вышеупомянутые направления показывают, что инфраструктурное обеспечение в ДНР требует совершенствования и разработки новых подходов, которые соответствуют современным тенденциям развития въездного туризма. Основные проблемы развития туризма в ДНР обусловлены несовершенством нормативно-правовой базы, регулирующей отношения в сфере туризма; значительными разрушениями в ходе боевых действий, моральным и физическим износом сохранившейся туристской инфраструктуры; невысоким качеством обслуживания во всех секторах туристской сферы; сохранением образа ДНР как региона, неблагоприятного для туризма. Региональная туристская политика в ДНР должна быть направлена на поддержку въездного

туризма посредством прямых инвестиций, направляемых на развитие материальной базы и инфраструктуры туризма.

Развитие индустрии туризма в Донецкой Народной Республике во многом зависит от комплексного и рационального развития туристической инфраструктуры, направленной на обеспечение оптимального использования всех видов ресурсов: природно-рекреационных, финансовых, трудовых, информационных и удовлетворения туристско-рекреационных потребностей на рынке. Можно сделать вывод, что инфраструктурное обеспечение въездного туризма значительно активизирует туристический спрос на посещение Донецкой Народной Республики и путешествия внутри региона, а также в большой степени определяет уровень конкурентоспособности туристического продукта ДНР.

Список литературы

1. Гришин И. Ю. Инфраструктурное обеспечение и межрегиональные связи в формировании механизмов развития туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/8896>
2. Древицкая И.Ю., Клейнер Я.С. Развитие туризма как фактор формирования позитивного имиджа Донбасса / Древицкая И. Ю., Клейнер Я. С. // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. - Том 11. - № 1. – С.97-104
3. Кормишова А. В. Формирование инфраструктурного обеспечения развития туризма в российских регионах [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

CRM SYSTEMS AS THE BASIS OF MODERN BUSINESS

MAKAROVA O.,

post-graduate student,

NOVOGRADSKAYA-MORSKAYA N. A.,

PhD, the candidate of pedagogical sciences,

Donetsk Academy of Management and Public Administration

under the Head of the Donetsk People's Republic,

Donetsk

Introduction. We live and work in a world of high technologies that accelerate business and any type of activity hundred of times. Therefore, speaking of the interaction of business and customers or business and business, you need to rely on modern electronic systems. CRM systems are a good way to increase business efficiency and optimize team work [1]. CRM, or customer relationship management system, is an approach, the main purpose of which is to collect and analyze different data to increase business productivity, that not only lets you store data of all your customers; it also enables you to keep track of all the interactions that you have made with them, along with helping you manage follow-ups. It doesn't stop there, a customer relationship management software also allows you to group your contacts, generate reports, send emails, automate your sales processes and a lot more [2].

Main research. The main aim of our research is to find out if these programs can contribute into the efficiency of organising CRM in the republic. We can assume that such a program is to automate the interaction between business and client, and also to optimize teamwork. This may be the collection and processing of data, their classification into databases, as well as the storage of information, and also an analysis of the marketing strategy.

The main principle of the CRM-systems choice for any business activity should be taking into account the specifics of business. We are going to analyse the five best

CRM-systems: 1) «AmoCRM»; 2) «Bitrix24»; 3) «Salesforce»; 4) «FreshOffice»; 5) «Retail CRM».

We have made up a table where you can assess the benefits and drawbacks of each of them. You can also decide if these systems can work well in your business environment.

Table Analysis of the CRM systems

Name	Functions	Advantages	Disadvantages
1	2	3	4
«Amo CRM»	-collection of client requests from all sources, recording of key events and indicators of interaction with the client; -synchronization with e - mail, integration with telephony; -online exchange of customer data between employees of the company; -increase conversion, statistics and sales analytics.	-detailed Analytics of client steps; -identification of the reasons for the failure of transactions; -advertising effectiveness research; -sales growth of the customer base, the speed of customer service; -simplification of the organization of solving routine tasks; -selection of a licensed partner-integrator for the implementation of the system.	-the absence of some necessary user modules management and accounting orders.
«Bitrix 24»	-ability to collect applications; -communication with clients; -automation of business processes; -convenient and practical integration with services; -reliable work with documents; -reporting; -analytics; -creation of sites.	-simplifies the management of the customer base; -task planning; -automation of business processes; -integration with the online store; -integration with 1C; -simplicity and convenience; -quick search of the necessary information.	-work within the established functionality; -complex visualization, the duration of getting used to the interface.

продолжение таблицы

1	2	3	4
«Sales force»	-automated, complex sales management; -report sales at any time; -ability to make transactions remotely using a smartphone; -all electronic sales processes are implemented quickly; -self-service portal, modern Internet resource or partner portal can be created.	-simple and intuitive interface; -user-friendly settings; -integration with social networks; -integration with third-party applications.	-the cost is higher than other similar systems; -no need to purchase licenses; -limited availability; -services for small businesses are limited in function; -solutions are limited for analytical processing of information.
«Fresh Office»	-solution of various business problems; -all working tools are collected in one place; -there are ready-made templates of some documents; -ability to create your own type.	-fast and selective CRM system integration; -custom installation of only those modules that are necessary for a particular business within the same ecosystem; -up-to-date information about all activities with clients in a single electronic form; -information protection, data transmission, provide reliable safety of documents; -instant system updates; -interaction with any mail and telephony; -ability to download data from file sharing.	-for integration you need the help of a specialist; -there is no possibility to change the interface for a particular user; -a single tariff with a certain number of letters for mailing; -has little functionality in the management of employees; -single window mode.
«Retail CRM»	-combines office and mobile communications; -provides comprehensive control and data Analytics of any business processes of the company; -incoming call from the client will not put you in a dead end, as all the necessary information is already available in the card; -it is possible to view reports in the analytical section; -technical support is available to the client 24 hours a day.	-guaranteed safety of all data; -providing timely assistance in case of any questions and hitches with the program; -simple and multi-functional interface; -the best option for working with online sales; -the necessary conditions for the use of the system, under the individual requests of the client; -self-implementation; -convenient and easy to use program.	-it is difficult for staff to master CRM; -stop working if CRM fails.

No matter what business is, if we are talking about improving efficiency-we can't hesitate. These programs can save not only time but also human resources.

CONCLUSION. Implementation and use of CRM-system provides positive success due to: reduction of administrative costs; increasing the volume of services offered; increase customer satisfaction [3]. Summing up, we can conclude that the introduction of CRM systems in any company can increase its productivity by organizing the effective work of all departments. The use of an integrated CRM system provides the ultimate cost reduction while maintaining high quality service clients.

References:

1. What is CRM? [Электронный ресурс]. – URL: // Режим доступа: <https://www.act.com/en-uk/what-is-crm>
2. Customer relationship management (CRM) [Электронный ресурс]. – URL: // Режим доступа: <https://searchcustomerexperience.techtarget.com/definition/CRM-customer-relationship-management>
3. The 6 Biggest Benefits of CRM [Электронный ресурс]. – URL: // Режим доступа: <https://www.salesforce.com/hub/crm/benefits-of-crm/>

СИСТЕМА АДАПТАЦИИ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ

СМЕЛЯНСКАЯ М.Е.,

ассистент,

ЛИТВИНЕНКО Р.Р.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Существует несколько направлений формирования кадровой политики персонала. Одним из

важнейших направлений является создание системы адаптации и развития персонала.

Цель исследования – теоретическое изучение системы адаптации и развития персонала на предприятиях Республики.

Изложение материалов основного исследования. Процесс адаптации персонала представляет собой процедуру включения новых сотрудников в деятельность предприятия, ознакомление с организационной структурой, традициями, правилами и особенностями поведения в коллективе.

На предприятиях Донецкой Народной Республики сложились определенные аспекты адаптации, такие как:

адаптация молодого специалиста к первому рабочему месту (первой рабочей должности);

адаптация специалиста, с определенным опытом, к новому рабочему месту;

адаптация специалиста, при повышении по карьерной лестнице, на одном предприятии;

адаптация специалиста, в условиях понижения по карьерной лестнице [1].

Адаптация работника на предприятии не может происходить стихийно. Следует понимать, что такое мнение как – сотрудник обязан сам уметь приспособливаться, и никто не должен ему в этом помогать – является ошибочным. Скорость освоения сотрудником новых профессиональных обязанностей зависит не только от проводимой на предприятии политики по адаптации, но и от индивидуальных особенностей самого кандидата.

Профессиональную и социальную адаптацию нового сотрудника в организации рекомендовано рассматривать как одно из важнейших направлений развития персонала предприятия. Это рекомендовано для изучения и применения потенциала сотрудника, а также роста производительности, что в конечном итоге повышает результат деятельности предприятия. Именно поэтому руководящий состав предприятий Республики

должен быть заинтересован в своевременной и быстрой адаптации новых сотрудников на рабочем месте. Не стоит забывать, что предприятие является общественной системой, а все сотрудники – личности, которые нуждаются в индивидуальном подходе.

Социальная адаптация сотрудника на предприятиях Республики не должна зависеть ни от возрастных, ни от половых признаков сотрудника и работодателя, но в практической деятельности это не всегда применяется. Именно поэтому на предприятиях рекомендуется своевременно проверять уровень теоретической и практической подготовки занимаемой должности. Если данный уровень подготовки не устраивает руководящий персонал, то рекомендуется для специалистов проходить курсы повышения квалификации, тренинги, семинары и т.д. В результате данных мероприятий, сотрудники становятся более конкурентоспособны, как внутри предприятия, так и на рынке труда Республики.

Развитие персонала на предприятиях Донецкой Народной Республики проходит различными методами:

индивидуальное обучение – применяется локально к сотруднику, по мере необходимости увеличения информации;

корпоративное обучение – применяется либо к отделу, либо к сотрудникам всего предприятия, в условиях изменения миссии;

профессиональное обучение – применяется к сотрудникам предприятия, как локально, так и в целом, с привлечением учебных заведений [2].

Одним из важнейших методов адаптации и развития персонала является – коучинг. При его помощи консультанты содействуют к поиску управленческих и психологических проблем, а также создают определенные алгоритмы их решения представлено на рисунке.



Рис. Алгоритм принятия управленческих и психологических решений на предприятиях ДНР [разработано автором]

Предложенный алгоритм принятия управленческих и психологических решений на предприятиях может быть изменен, с учетом специфики деятельности.

Выводы. Система адаптации и развития персонала на предприятиях Донецкой Народной республики не совершенна. Именно поэтому руководителям рекомендуется больше уделять внимание подбору, обучению и адаптации персонала, от этого зависит производительность труда и конкурентоспособность.

Список литературы

1. Веснин, В. Р. Управление персоналом: учеб. пособие / В. Р. Веснин. – М.: Велби: Проспект, 2008. – 240 с.

2. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: учеб. пособие / А. Я. Кибанов, Г. А. Мамед-Заде, Т. А. Родкина ; под ред. А. Я. Кибанова ; Гос. ун-т упр. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЭКЗАМЕН, 2013. – 480 с.

ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

СМЕЛЯНСКАЯ М.Е.,

ассистент,

ПОПОВ А.С.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Корпоративная культура является одним из эффективных средств управления персоналом в условиях Донецкой Народной Республики. Именно развитая корпоративная культура формирует имидж предприятия.

Цель исследования – теоретическое изучение элементов корпоративной культуры предприятий Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Корпоративная культура – представляет собой определенную модель поведения сотрудников внутри предприятия, которая сформирована в процессе функционирования и поддерживается всеми членами коллектива. В ее основе – определенная философия компании, ее миссия, которая и определяет систему ценностей [2].

Элементы корпоративной культуры, которые присущи предприятиям ДНР, представлены на рис. 1.

Видение развития предприятия – созданная руководством стратегия, направление благодаря которому будет развиваться предприятие.

Ценности – является одним из наиболее важных элементов, присутствует командный дух, творчество, свобода мысли и «мозговой штурм».

Традиции – сложившиеся за время существования предприятия свои привычки.

Взаимоотношения – способы коммуникации внутри предприятия между отделами.

Политика ведения диалогов – определенные требования общения как во внутренней среде (между коллегами), так и во внешней среде (с клиентами, поставщиками, конкурентами).

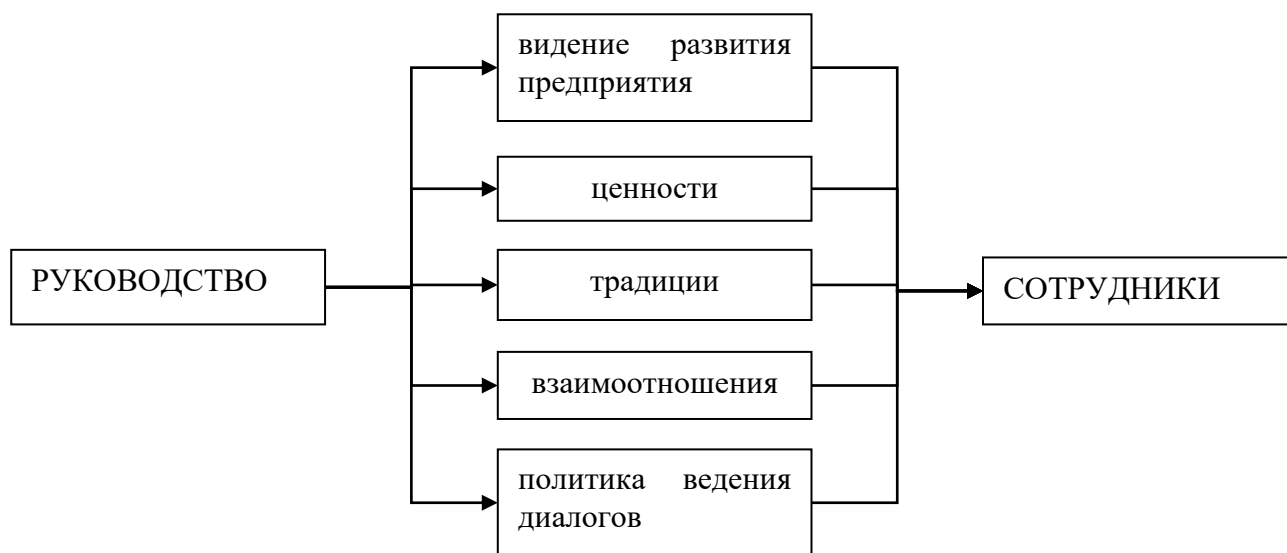


Рис. Элементы корпоративной культуры на предприятиях Донецкой Народной Республики [составлено автором на основе [1]]

Верно составленная, с использованием всех элементов, особенностей и потребностей предприятия, корпоративная культура создает особенный социально-психологический климат. При данном климате появляется у сотрудников мотивация выполнять порученные задания. Культура обеспечивает сплоченность и повышает эффективность и производительность труда, формирует, для каждого предприятия, свой кодекс поведения, а так же сокращает негативные оценочные суждения.

Правильное управление культурой придает предприятию конкурентные преимущества, и, как следствие, повышение качества трудовой деятельности положительно влияет на климат в коллективе.

Объективным условием сплоченности являются традиции, привычки и желание сохранить положение предприятия, которое уже достигнуто. В данном случае сотрудники предприятий становятся мощным двигателем инноваций и прогресса, при условиях создания и поддержания благоприятного климата (комфортных условий труда и отдыха).

Существуют определенные факторы, которые влияют на корпоративную культуру:

личности людей, которые создавали предприятие компанию;

личности руководящего состава на предприятии и ключевых сотрудников;

внешнее воздействие (рынок потребления)

Каждый из этих факторов может нести определяющее значение для формирования или развития корпоративной культуры конкретной организации.

Корпоративная культура предприятий может формироваться стихийно и целенаправленно.

Выводы. В данный момент на предприятиях ДНР, в большинстве случаев, культура формируется спонтанно (на основании моделей коммуникации, которые вырабатывают и разрабатывают сами сотрудники). Данный способ считается более опасным, т.к. его нельзя контролировать и есть сложности с реконструкцией. Именно поэтому рекомендуется разрабатывать и внедрять руководству на предприятиях целенаправленную корпоративную культуру, используя все элементы, в случае необходимости возможна ее корректировка.

Список литературы

1. Корпоративная культура в современном бизнесе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennom-biznese/> (дата обращения 10.10.2019 г.)

2. Шелякина А. В. Корпоративная культура организации. / А.В. Шелякина / [Электронный ресурс]: // Молодой ученый. – 2018. – №14. – С. 206-209. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/200/49167/> (дата обращения: 21.09.2019).

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В АПК

СМЕЛЯНСКАЯ М.Е.,

ассистент,

РЫНГАЧ Е.Н.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Маркетинговый менеджмент в АПК развивается с учетом общемировых тенденций, которые предусматривают креативные подходы, технологии и стратегическое планирование.

Цель исследования – теоретическое изучение системы маркетингового менеджмента в АПК.

Изложение материалов основного исследования. С целью повышения конкурентоспособности и более полного экспортного потенциала система маркетингового менеджмента в АПК должна формироваться на основании взаимодействующих подсистем:

информационное обеспечение;

агромаркетинговые исследования;

инфраструктура маркетингового менеджмента;

система стратегического и оперативного планирования.

Только действие данных подсистем в комплексе может способствовать повышению прибыльности и международной конкурентоспособности предприятий АПК, при условиях развития деловых отношений.

Система маркетингового менеджмента в АПК – система управления общими и отдельными подразделениями агропромышленных предприятий, а так же всеми службами маркетинга. Сущность маркетингового менеджмента предусматривает осуществление процедур планирования, организации, воплощении в жизнь и контроль реализации мероприятий. Исполнение данных мероприятий направлено на поиск, установление и поддержку взаимовыгодных действий, которые носят как стратегический, так и тактический характер.

Современное становление системы маркетингового менеджмента происходит с учетом общемировых тенденций, которые направлены на глобализацию экономики, с учетом стремительного развития информационных технологий (рис.). Система маркетингового менеджмента должна базироваться на знаниях:

- основных потребностей рынка;
- процессов производства;
- финансово-хозяйственных операций;
- социально-экономических принципов управления.

Именно потому что современный маркетинг представляет собой процесс приспособления предприятия-субъекта ВЭД к использованию наиболее выгодных рыночных возможностей [2].



Рис. Информационные технологии системы маркетингового менеджмента в АПК [составлено автором на основе [1]]

Особенно важной составляющей системы маркетингового менеджмента в АПК является организация и проведение маркетинговых исследований, которые в условиях глобализации, требуют использования современного интерактивного программного обеспечения. Такая система позволяет в режиме реального времени (on-line) получать большой массив данных, проводить анкетирование и интерактивные опросы и оперативно систематизировать полученные данные. Концентрация маркетинга, ориентированная на информацию позволяет оперативно и при минимальных затратах ресурсов вести веб-аналитику рыночной среды.

Выводы. В условиях усиления глобализационных процессов основные тенденции развития системы маркетингового менеджмента в АПК определяются определенными тенденциями, такими как:

- объективная необходимость прямой связи с конечным потребителями;
- индивидуализация маркетинговых инструментов;
- применение программ лояльности;

креативные подходы к маркетинговым решениям;
формирование согласованной маркетинговой политики фирмами-конкурентами;
расширение интерактивных способов связи и интернет технологий и т.п.

Список литературы

1. Ларина Я.С. Современные стратегии и маркетинговые инструменты предприятий АПК в условиях глобализации / Я.С, Ларина // Научный вестник Национального университета биоресурсов и природопользования Украины. – 2011. – Вып. 168, ч. 1. – С. 229-234
2. Бакай В.И. Развитие маркетинговой деятельности в сфере агробизнеса В.И. Бакай // Устойчивое развитие экономики. – 2011. - №2 (5). – С. 239-243

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

ТАРАСОВ А.С.,

ассистент,

ЛУЦКО Ю.С.,

магистрант,

***ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры»,***

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях глобализации мировой экономики причина различий в экономическом росте и неравенстве между странами объясняется техническим развитием. Цель науки и техники - дать возможность предприятиям и народному хозяйству более эффективно использовать технологии, поскольку это приводит к снижению затрат и повышению производительности. Использование новых технологий открывает

путь для производства новых более дешевых товаров и накопления капитала и, что в свою очередь позитивно влияет на повышения международной конкурентоспособности отдельных стран.

Цель исследования. В работе необходимо раскрыть основные направления стимулирования научно-технического прогресса, определить роль научно-технического прогресса в функционировании современного государства.

Изложение материалов основного исследования. Под научно-техническим прогрессом понимают использование передовых достижений науки и техники, технологии в народном хозяйстве, в производстве с целью повышения эффективности и качества производственных процессов, лучшего удовлетворения потребностей общества.

Научно-технический прогресс (НТП) является взаимосвязанным поступательным развитием науки и техники, оно может проявляться в непрерывном воздействии научных открытий и изобретений на уровне техники и технологии, а также на применение новых приборов и оборудования.

Стимулированием НТП является создание достоинств в удовлетворении экономического и социального интереса компании и предприятия, которые разрабатывают и осваивают новые высокоэффективные технологии. Его составной частью считается экономическое стимулирование. Оно устанавливает соответствие между хозяйственными расчетными доходами предприятия и научно-техническим объединением, и их действительным вкладом для достижения эффекта НТП, а также решения научно-технических проблем. Механизмы экономического стимулирования НТП содержит:

1. Основные принципы: перспективность, комплексность, нормативный характер, гласность.

2. Формы: фондобразование и финансирование, налогообложение, кредитование, установление цен и других экономических нормативов, экономическая ответственность, организация оплаты труда, страхование риска.

Комплексное стимулирование НТП просматривается в органическом единстве системы премирования по итогу производственной и научно-технической деятельности. Данные системы обладают общим источником, сопоставимыми оценочными показателями (прирост прибыли, снижение себестоимости и т.д).

НТП – основной фактор развития мировой экономики. Многие развитые страны отличаются ростом ВВП на 90%, благодаря стимулированию научно-технического прогресса. Иначе говоря, на сегодняшний день экономический рост по праву происходит благодаря внедрению новых технологий, созданию новой продукции либо услуг [1].

Именно поэтому от организации финансирования научных исследований, механизмов, задействованных во время внедрения достижений НТП в практику, зависит и социально-экономическое развитие конкретных государств.

Мероприятия по внедрению новых технологий затрагивают каждое звено производственного управления и механизма:

- совершенствовать систему управления производства на научной основе;
- улучшать и изменять организацию труда и подготовку кадров;
- совершенствовать систему ценообразования и оценок эффективности производства.

Следовательно, НТП целесообразно назвать процессом взаимосвязанного поступательного научного прогресса, техники, производства и культуры, которые образуют цепочку: «наука – техника – производство – потребление». В целом НТП способен охватывать всю сферу человеческого сознания и ориентироваться на развитие производительной силы и цивилизованного отношения человека в обществе.

В народном хозяйстве НТП условно можно разделить на 3 этапа:

1. Фундаментальный научный поиск и разработка.
2. Прикладное научное исследование, проектно-конструкторская и

опытно-экспериментальная разработка.

3. Техническое совершенствование производственного процесса.

Во время первого этапа происходит решение общей задачи – разработки нового способа применения законов и сил природы. При этом, как время, так и место использования новых разработок, как правило, не определяется. Сам результат научного поиска предсказывает, где и когда их следует применять.

На втором этапе происходит конкретизация методов, форм и места реализации полученного научного результата. При этом во время процесса исследования и разработки включается специализированный отраслевой и ведомственный НИИ, заводская лаборатория, инжиниринговая и венчурная проектная и конструкторская организация. На данном этапе:

- определяются потребности рынка в новой продукции;
- разрабатывается ряд научных рекомендаций по удовлетворению потребностей;
- заключается договор на разработку новых технологий и конструкций для конкретного производственного предприятия и организации;
- подготавливается по договорам вся необходимая документация;
- предоставляется помощь в организации технологий и доводке конструкций новых изделий.

На третьем этапе производственная организация, опираясь на техническую документацию и рабочие чертежи, приступает к освоению инноваций: различные формы, направления и виды новой техники. Это помогает наладить массовое и серийное производство новой продукции, оказать помощь потребителям новых изделий во время их эксплуатации [2].

В структуре государственного регулирования экономики место и роль определяются особенностью процесса инновации в качестве объекта управления. Данный элемент связывается с товарно-денежным отношением, прошедшим каждую стадию его реализации. В условиях регулируемой рыночной экономики развитых государств это обстоятельство проявляется убедительно. Основная

масса инновационных процессов реализуется частными фирмами разных уровней и масштаба, и данные процессы выступают в качестве средства наилучшего решения производственных задач фирмы.

Разрабатывая и осуществляя идею, компания должна начать авансировать денежный капитал. Главной спецификой данного рода вложения является то, что она связывается с повышенной угрозой: инновация несет рисковый характер. Вероятность того, что воплощенная идея получит успех равно 8,7%; т.е. из 12 оригинальных идей лишь одна пройдет до последней стадии массового производства и продаж. Американским специалистом в области инноваций Твиссом было отмечено, что коммерческий успех достигается только в 10% начатых проектов, значит, уровень риска оценивается в 90%. Иначе говоря, отдача от капитальных вложений в инновационный процесс имеет мало общего с гарантированной выплатой ссудного процента на банковский капитал или дивиденда на акции. И благодаря тому, что эта отдача может оказаться крайне высокой, и из-за того, что может во время неудачи полностью отсутствовать, более того, пострадает и вложенный капитал.

Какая же сила стимулирует предпринимателя пойти на такие значительные риски? Данная сила для экономических систем может быть подразделяться на внутреннюю и внешнюю, либо на имеющуюся объективную и субъективную природу. Следовательно, внутренний побудительный мотив инновационной активности относится к необходимости замены устаревших оборудования. Комплекс внутренних побудительных мотивов инновационной активности уникальней для каждого отдельного предприятия и иногда играют важную роль для принятия решений об инновационном процессе. К примеру, для только основанной компании рождение и освоение нововведений может стать единственным шансом для завоевания места на рынке. Но, часто, внутренняя причина оказывается невесомой и большинству компаний свойственно прибегать к крайне устойчивому консерватизму в инновационной политике [3].

Так, крупная монополия, которая добилась превосходства на рынке,

обычно не имеет к риску внутренних побудительных мотивов, связанных с инновациями. Поэтому, решающий стимул выступает как причина внешнего характера, в том числе, обусловленные надлежащими мероприятиями в экономике политики государства.

Выводы. Для повышения эффективности НТП требуется дальнейшее совершенствование механизма стимулирования и планирования единой комплексной системы. Недостатки в данных механизмах можно решить с помощью комплекса мероприятий по совершенствованию управления НТП на базе развернутого применения экономического рычага. По нашему мнению, правительство играет активную роль в стимулировании НТП. Успех зависит от общей инновационной политики государства. Предприятия, университеты, а также граждане должны быть вовлечены в процесс НТП. Только комплексный подход к развитию НТП даст возможность экономике государства выйти на качественно новый уровень.

Список литературы

1. Бжилянская Л. Инновационная деятельность: тенденции развития и меры государственного регулирования // Л. Бжилянская // Экономист, 2016, №3, с. 6-15.
2. Матвеев Д.М. Эволюция научно-технического прогресса в сельском хозяйстве / Матвеев Д.М. // Экономика и бизнес: теория и практика, 2015, №2.
3. Управление инновационной деятельностью: учебник / Р.Г. Мумладзе, О.В. Николаев, Э.Б. Толпаров, М.: Русайнс, 2015.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ДНР

ТАРАСОВ А.С.,

ассистент,

СРИБНАЯ А.Н.,

магистрант,

**ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры»,**

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Как известно, одна из первых на экономические катаклизмы реагирует строительная отрасль, требующая значительных финансовых средств, а также их стабильного и ритмичного поступления. Последствия военных действий и кризис обострили проблемы строительной отрасли. Сокращение заказов и кадров негативно отразилось на экономическом положении подрядных организаций, а также предприятий, занимающихся производством строительных материалов. Такая ситуация требует полноценного преобразования строительной сферы и активизации научно-технической деятельности. Именно она определит цели, направления, способы и формы деятельности государства в науке и технике сферы строительства.

Цели исследования. В работе рассматриваются вопросы влияния научно-технической деятельности на развитие строительной отрасли Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Строительная отрасль Донецкой Народной Республики, в силу сложившихся обстоятельств, оказалась в тяжелой экономической ситуации. Большое количество разрушенных зданий и сооружений, оставшихся после проведения боевых действий на территории, требуют восстановления и активной строительной деятельности.

В течении последних лет потенциал строительного комплекса потерпел значительные потери. Кроме большого количества разрушений, произошел весомый отток высококвалифицированных рабочих кадров из отрасли строительства. Из-за сокращения объема строительных работ строительные компании перестали выполнять основные функции, а большинство и вовсе прекратили свое существование.

Уже на протяжении нескольких лет строительная отрасль старается решить эту задачу, восстановить разрушенный жилой фонд и объекты социально-культурного назначения. Исходя из этого требуется обратить внимание на проблемы обеспечения научно-технического развития строительства и разработать комплекс мер, которые будут способны предотвратить распад строительного комплекса и активизируют полноценный строительный процесс.

Научно-технический потенциал является общим показателем уровня развития науки и техники на предприятии или отрасли в целом. Он показывает способность генерировать научные и технические идеи, осуществлять их научную проектно-конструкторскую, технологическую проработку и реализацию. Именно он определяет имеющиеся возможности для достижения цели деятельности отрасли [1].

Основными ресурсами и факторами научно-технического потенциала являются учреждения и организации, которые занимаются научными исследованиями и разработками; расходы на науку; научные исследования, разработки и итоговые результаты; технологические инновации; опытно-промышленные производства; научные кадры и организации по их подготовке [1].

Стратегическими задачами в развитии науки являются повышение эффективности работы сектора исследований и разработок, способного проводить фундаментальные, поисковые и прикладные исследования по

направлениям, которые актуальны для строительной отрасли; улучшение кадрового потенциала.

Следовательно, в перспективе должна быть обеспечена реализация следующих задач:

1. Тесное взаимодействие компаний реального сектора экономики с системой высшего профессионального образования, которое должно обеспечивать подготовку высококвалифицированных кадров, выполнение научных исследований с учетом приоритетных направлений развития строительной отрасли.

2. Действующая отраслевая поддержка сферы фундаментальных, поисковых и прикладных научных исследований.

3. Ускоренное создание и внедрение прогрессивных технологий, машин и механизмов, которые смогут обеспечить комплексную механизацию строительных работ.

4. Выработка полноценной концепции развития инвестиционного комплекса, в котором будет учтено кризисное состояние современной экономики.

5. Определение наиболее важных и результативных направлений использования ограниченных ресурсов централизованных капитальных вложений.

Важным этапом реализации задач будет постоянное развитие системы высшего профессионального образования, которая должна стать основой нового интегрированного научно-образовательного комплекса, способного обеспечить подготовку квалифицированных кадров и взять на себя выполнение большей части исследований для строительства.

В строительной отрасли сформировалась проблема, заключающаяся в разнице между формированием теоретических основ технологий в научных исследованиях, самих технологий в сфере прикладных научных исследований и их использованием в производстве. Так, важным преобразованием в секторе

исследований и разработок должна стать постоянная коммуникация и тесное взаимодействие между организациями фундаментальной и прикладной науки, профильным высшим учебным заведением, научными организациями и предприятиями в форме партнерских взаимоотношений.

Взаимодействие высшего учебного заведения с отраслью необходимо строить основываясь на следующих основным направлениям:

- определение и согласование профессиональных и образовательных стандартов;
- установка критериев требований к результатам обучения в зависимости от уровня высшего образования (бакалавр, магистр, аспирант);
- привлечение представителей строительных организаций к проведению промежуточной и итоговой аттестации;
- организация взаимодействия высшего учебного заведения и предприятий реального сектора экономики отрасли с целью совместной разработка основных профессиональных образовательных программ и программ дополнительного профессионального образования;
- организация внутрифирменного обучения студентов на принципе совмещения профессиональной подготовки в вузе и работы в конкретной строительной фирме в периоды прохождения производственных практик [2].

Также важно закрепить практику поддержки фундаментальных и прикладных исследований в образовательных и научных организациях, университетах. Для этого необходимо регулярное финансирование исследовательской и инновационной инфраструктуры архитектурно-строительного вуза, профильных научных организаций.

Еще одной актуальной задачей, которая требует решения в ходе развития сектора исследований и разработок, является обеспечение научных исследований современными, инновационными технологиями, приборами и научными установками.

Выводы. Научно-технический потенциал строительной отрасли является одновременно и самой сложной, и самой перспективной составляющей национального богатства. Развитие науки, создание инновационных изобретений и открытия – все это должно находить отражение в развитии конкретных прикладных дисциплин, которые непосредственно связаны с реальным строительным процессом. Следовательно, необходимо ставить перед собой задачи всесторонней разработки проблем научно-технического прогресса в области строительства. Главными направлениями научно-технического прогресса в строительстве, которые обеспечат решение ключевых проблем и помогут эффективно развивать и использовать научно-технический потенциал, являются: постоянное взаимодействие компаний реального сектора экономики с системой высшего профессионального образования, организация внутрифирменного обучения, регулярное финансирование исследовательской и инновационной инфраструктуры.

Список литературы

1. Федосеев С.В., Тумар О.С. Научно-технический потенциал в составе совокупного экономического потенциала. [Электронный ресурс] / С.В. Федосеев, О.С. Тумар // Записки горного института, Санкт-Петербург. – 2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/nauchno-tehnicheskiiy-potentsial-v-sostave-sovokupnogo-ekonomicheskogo-potentsiala>
2. Сафин Р.С., Корчагин Е.А., Сучков В.Н., Кашина С.Г. Внутрифирменное обучение в условиях взаимодействия вуза с производством как фактор развития профессиональных компетенций студентов. [Электронный ресурс] / Р.С. Сафин, Е.А. Корчагин, В.Н. Сучков, С.Г. Кашина // Известия КГАСУ, №4 (30). – 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/vnutrifirmennoe-obuchenie-v-usloviyah-vzaimodeystviya-vuza-s-proizvodstvom-kak-faktor-razvitiya-professionalnyh-kompetentsiy>

**ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ**

ТЕРОВАНЕСОВ М.Р.,
д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,
ГУЛЯКИНА Т.И.,
магистрант,
кафедра экономики и менеджмента
ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Использование достижений логистики на транспорте является залогом повышения эффективности отечественного транспортного комплекса и активизации его интеграции в мировую транспортную систему.

Организация логистики на предприятии, в логистических системах и цепях поставок является важным фактором организационного обеспечения эффективного логистического управления.

Целью исследования является разработка научно-обоснованных мероприятий по совершенствованию организации железнодорожных перевозок на основе логистических принципов.

Изложение материалов основного исследования. Логистическое управление предприятием заключается в управлении материальными и сопутствующими потоками с целью максимального удовлетворения требований потребителей, оптимизации затрат и согласования интересов всех участников товародвижения, в современных условиях хозяйствования приобретая особую актуальность [1, с. 47].

Логистическое управление по своей сути реализует концепцию логистики как науки в реальных условиях, осуществляя функции формирования стратегий,

планирования, управления и контроля физических потоков и информации с целью эффективного удовлетворения потребностей потребителя [2, с. 41]. Оно позволяет за счет оптимизации потоковых процессов, незадействованных резервов снизить затраты на производство и распределение продукции [3, с. 5]. Общей целью логистического управления является достижение высокого уровня обслуживания потребителей с низкими или приемлемыми затратами [3, с. 16]. К основным задачам логистического управления относят [3, с. 16-17]:

- ❑ обеспечение соответствия материальных и информационных потоков;
- ❑ контроль материального потока и передача данных о нем в единый информационный центр;
- ❑ планирование, формирование и содержание материальных запасов;
- ❑ определение стратегии и технологии физического перемещения средств потребления и товаров;
- ❑ разработка способов управления операциями движения товаров;
- ❑ определение объема производства, транспортировки и складирования;
- ❑ уменьшение различия между требованиями и возможностями закупки, производства и распределения;
- ❑ расчет и выбор оптимальных маршрутов доставки грузов.

Предметом логистического управления выступают все логистические процессы, связанные с изменением параметров размещения, времени, формы материальных, информационных и финансовых потоков на предприятиях, причастных к цепи логистики, а именно: промышленных, торговых, финансовых, транспортных, складских, информационных и других экспедиционных предприятиях инфраструктуры [2, с. 55].

Трансформация логистических потоков происходит в главных процессах перемещения ресурсов (транспортировка, складирование, сортировка и т.д.) и вспомогательных процессах (упаковка и маркировка), а также в процессах передачи и обработки заказа.

Логистические процессы [2] это совокупность операций с материальными, финансовыми и информационными потоками с целью достижения максимально желаемого результата. К логистическим операциям с материальным потоком можно отнести погрузку, транспортировку, разгрузку, комплектование, складирование, упаковку и другие операции.

С целью адаптации предприятия к управлению логистической деятельностью предприятия на основе постоянного мониторинга показателей логистической системы разработана концептуальная схема. Управление логистическими процессами рассматривается на стратегическом и оперативном уровнях. Стратегический уровень включает проведение конъюнктурных исследований, состоящих из анализа внешнеэкономических тенденций развития отрасли, анализа и прогноза состояния внешней среды на макро- и микроуровне. Объектами прогнозирования внешней среды является спрос на продукцию и услуги, ценовые колебания и другие конъюнктурные факторы, влияющие на процесс управления. Стратегический уровень представляет систему стратегического управления логистическими процессами.

Регулирующее воздействие логистики и менеджмента на стратегическом уровне осуществляется посредством планирования и контроля в непрерывном режиме на основе развитой информационной системы предприятия, которая формируется на основе информационной базы и анализа логистических показателей.

Оперативный уровень представлен системой оперативного управления логистическими процессами, которая включает оперативное планирование, учет, анализ и контроль. Важным элементом для управления логистической деятельностью является учет логистических издержек. С помощью программного обеспечения на основе отчетности формируется информационная база данных по их составным элементам: затратам на производство продукции, затратам на поставку, хранению ресурсов, складскими и транспортными расходами, расходами на сбыт.

Регулирующее воздействие логистики и менеджмента обеспечивается с помощью анализа оперативной информации и логистических показателей, и заключается в мониторинге отклонений, сравнении установленных параметров и норм с промежуточным результатом, а также в подготовке необходимой информации для разработки рекомендаций по принятию корректирующих решений. На этом этапе важно не ошибиться в интервале времени получения информации и в ее объеме. Результатом анализа является выявление отклонений и определение причин и факторов изменения исследуемых показателей. Контроль осуществляется на всех звеньях логистической цепи: контроль за использованием ресурсов, состоянием запасов и складского хозяйства, выполнением заявок и поставкой грузов, и их транспортировкой, производственным процессом и тому подобное.

Большое значение для функционирования логистики и менеджмента в управлении предприятием имеет формирование информационной базы данных и системы показателей.

Выводы. Реализация идеи логистики и менеджмента может быть многовариантной и будет зависеть от концептуального решения мониторинга отклонений показателей и подготовки корректирующих решений. В общем можно применить следующие подходы к ее реализации: исключение отклонений (нарушений), которые возникают в процессах, выравнивание отклонений, программное управление, адаптационное управление, управление с отслеживанием. Проанализированный перечень подходов к реализации идеи логистики и менеджмента можно дополнить новым, основанным на систематической оценке показателей. Основной целью этой оценки является выявление недостатков и отклонений в логистической деятельности предприятия.

Список литературы

- 1 Ткачова, А.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств: монографія / А.В. Ткачова, Т.О. Загорна. - Донецьк:

Видавництво «Ноулідж» (донецьке відділення), 2012. - 260 с.

2 Крикавський, Є.В. Економіка логістичних систем: монографія / Є.В. Крикавський, С. Кубів. - Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2008. - 595 с.

3 Ларина, Р.Р. Логистика в управлении организационно-экономическими системами: монография / Р.Р. Ларина, В.Л. Пилюшенко, В.Н. Амитан. - Донецк: Изд. ВИК, 2003. - 239 с.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК

ТЕРОВАНЕСОВ М.Р.,

д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

МИХЕЕВА Е.А.,

магистрант,

кафедра экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Нестабильность и неопределенность внешней экономической среды и стремительное научно-техническое развитие заставляют отечественные субъекты хозяйствования внедрять эффективные, современные средства управления. Перед предприятиями возникают все более сложные задачи, которые можно решить только при условии комплексного управления потоковыми процессами. Современные условия хозяйствования требуют от предприятий существенных преобразований, применения новых современных концепций и инновационных методов управления, одним из которых является логистический менеджмент.

Цель исследования заключается в рассмотрении инструментария повышения конкурентоспособности транспортного предприятия на основе логистического менеджмента.

Изложение материалов основного исследования. Внедрение логистического менеджмента на предприятии невозможно без четко определенных инструментов, которые могут обеспечить достижения цели и выполнения определенной стратегии. Инструментарий логистического менеджмента можно классифицировать по двум критериям: по сфере применения и по периоду действия. Первый определяет задачи, которые помогает решить инструментарий. По второму критерию выделяют стратегический и оперативный инструментарий логистического менеджмента. Стратегический логистического менеджмент ориентирован на долгосрочные перспективы.

Основными направлениями аналитической работы на уровне стратегического логистического менеджмента является [1]: анализ внешней и внутренней среды; конкуренции; ключевых факторов успеха; стратегических планов и подконтрольных показателей деятельности; стратегического позиционирования; затратнообразующих факторов; стоимостной цепочки; расходов конкурентов; затрат на обеспечение качества.

К инструментам стратегического логистического менеджмента относятся: система сбалансированных показателей, система распределения косвенных затрат, теория ограничений, стандарт качества «Шесть Сигм», политика открытой отчетности, стратегические карты, принцип «стаи», анализ потенциала, портфельный анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ конкурентных преимуществ по Портеру, GAP-анализ [1].

Проблема конкурентоспособности основывается на взаимодействиях между видами транспорта. При рассмотрении проблем конкурентоспособности транспортных предприятий не может не приниматься во внимание специфика железнодорожного транспорта. В конкурентной борьбе главным объектом

является клиентура транспортных услуг. С появлением информационных технологий позиция потребителей услуг железнодорожного транспорта в оценке конкурентоспособности предприятий приобрело особую значимость [2].

К проблемам конкуренции также относится повышение качества нормативно-правового обеспечения реконструкции транспортной системы и рынка транспортных услуг. Низкая степень конкурентоспособности отечественных организаций и всей транспортной системы в целом на мировом рынке транспортных услуг является ещё одной важной проблемой. Это обусловлено ограниченными возможностями отечественных транспортных организаций составлять конкуренцию на мировом рынке при транзитных международных перевозках.

Таким образом, совершенствование технических характеристик международных транспортных коридоров и транспортно-технологической инфраструктуры будет способствовать снижению издержек во внешнеторговых поставках, что благоприятно повлияет на конкурентоспособность экспортеров и темпы международной экономической интеграции [3].

Важнейшим фактором социально-экономического развития является достижение уровня международных стандартов транспортной системой.

Для повышения качества транспортной системы необходимо отделить инфраструктуру от перевозчиков, чтобы сделать возможным единое железнодорожное пространство и действенную конкуренцию в автомобильном транспорте, не считая создания условий для конкуренции операторов. Нужно видоизменить структуру управления компаний и разработать четкие финансовые ориентиры для обеспечения роста производительности и улучшения качества услуг.

Во всех отношениях, из-за небольшой величины сети железные дороги подвергаются в большей мере серьезной конкуренции со стороны автотранспорта. Задачей является смена государственного управления на частное для улучшения устойчивости работы, безопасности, качества

предоставляемых услуг, сокращения совокупных затрат в некоторых областях. Только таким образом, исходя из анализа промежуточных результатов, возможно обеспечить устойчивость, стабильность и бесперебойность работы всей системы, мониторинг и возможность рациональных управленческих воздействий.

Оптимизация тарифной политики, учет дополнительных факторов влияния внешней среды создадут базу для повышения конкурентоспособности предприятия. Дерегулирование тарифов позволит выровнять ценовые условия для конкурирующих субъектов рынка транспортных перевозок, и за счет вагонной составной части тарифа подойти к реальной рыночной стоимости перевозочных ресурсов. В целях выхода на новые рынки необходимо приобретение соответственного подвижного состава. Наиболее рационально вести их изучение в конкурентном секторе с возможной либерализацией тарифов для покрытия необходимости дополнительных вложений. Для удержания позиций на рынке наиболее доходных перевозок нефтепродуктов, металлов, готовой продукции и других грузов, часть которых будет увеличиваться по мере структурной реформы промышленности на выпуск конечной продукции и в отношении высокого спроса мировой экономики на энергоносители, требуется соответственное предложение погрузочных ресурсов и, в следствии, приобретение новых вагонов, прежде всего цистерн.

Выводы. Подводя итоги, следует отметить, что повышение производительности труда, тесно связанное с обеспечением конкурентоспособности предприятия, требует разработки практических рекомендаций для применения их в управлении предприятием. Приоритетными направлениями должны быть мероприятия, направленные на обеспечение финансовой устойчивости предприятия. Для этой цели необходимо анализировать финансово-экономические показатели отрасли. Также требуют внимания применение информационных технологий в управлении, внедрение

прогрессивных транспортных технологий, инновационные подходы к управлению.

Список литературы

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – 260 с.
2. Терёшина Н.П., Жаков В.В. Управление конкурентоспособностью компании на основе процессного подхода в условиях рыночной экономики: Учебное пособие. – М.: РУТ (МИИТ), 2017. – 127 с.
3. Рубцова М. В. Проблемы конкуренции на рынке транспортных услуг. – 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=7747> (Дата обращения 28.04.2019).

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И СПОСОБЫ ЕГО АДАПТАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ТУЛУПОВ Д.В.,

аспирант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В процессе своего развития практически каждое государство сталкивается с необходимостью поиска направлений для формирования и реализации эффективной политики в области экономического развития, благодаря которой удастся создать благоприятные условия для осуществления ее общественных, социальных функций, а также

заложить основу для повышения конкурентоспособности предприятий как на внутренних, так и на внешних рынках. В условиях рыночной экономики мы можем наблюдать ситуации, когда страна-экспортер может существенно ограничить поставки товара или сделать попытку увязать прежний уровень экспорта с определенным вариантом решения отдельных политических вопросов, что неизбежно приводит страну, нуждающуюся в импортируемых товарах к полной экономической и политической зависимости. Действенным способом ухода от такой ситуации будет являться ориентация на внутреннее производство товаров, ранее импортируемых из-за рубежа, т.е. замещение импортных товаров.

Цели исследования. Целью исследования является рассмотрение зарубежного опыта осуществления политики импортозамещения, выявление основных перспективных элементов её реализации для последующего применения в программах импортозамещения экономики Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. В XX в. к политике импортозамещения прибегали страны Латинской Америки, Африки и Азии. Принято выделять одиннадцать стран, которые благодаря реализации такой политики сумели добиться значительных экономических успехов и войти в число промышленно развитых стран – Бразилия, Чили, Китай, Индия, Индонезия, Малайзия, Мексика, Таиланд и Турция [1]. Их общей чертой было то, что ранее они уже имели определенный уровень промышленного развития. Исследуя опыт зарубежных стран, успешно реализующих импортозамещение, можно говорить, о перспективности применения политики импортозамещения, как государственной меры стимулирования экономики, направленной на защиту внутреннего производителя путем замены импортируемых товаров отечественными аналогами. Реализация данного направления позволит провести системные преобразования, итогом которых будет являться повышение рентабельности промышленных производств и уровня социально-

экономического развития ДНР в целом. В связи с этим, существенно актуализируется задача полноценного и комплексного применения импортозамещающих программ, как элемента общей политики импортозамещения (Рис. 1).

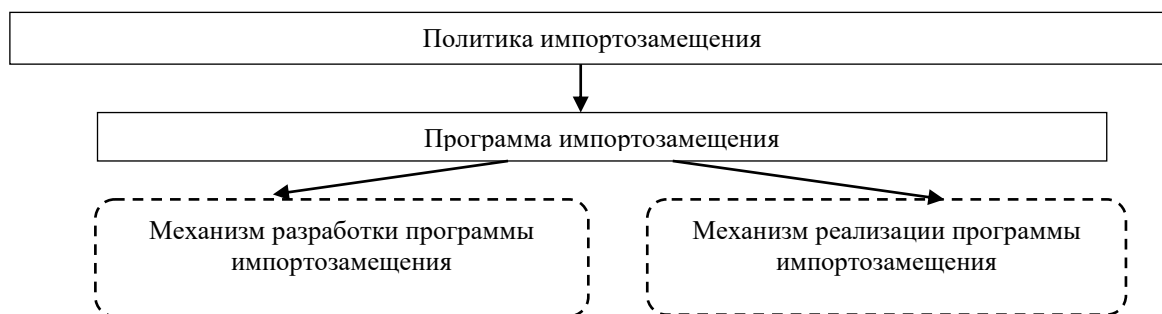


Рис. Структурная схема ключевых составляющих политики импортозамещения

В таком случае возникает необходимость поиска примеров стран, осуществляющих импортозамещение на программном уровне, и последующая адаптация такого опыта в Донецкой Народной Республике, с учетом существующих условий кризисных явлений и формированием собственной политико-экономической системы. Одним из примеров осуществления импортозамещения на основе программного метода, можно считать Республику Казахстан. Ключевым отличием реализации программ в этой стране является тщательная проработка деталей, тотальный контроль и возможность оперативного внесения корректировок, путем применения дорожных карт развития, в которых прописаны четкие механизмы решения ключевых проблем промышленности. Помимо главной из них, а именно, недоступности финансирования, дорожные карты учитывают комплекс других проблем, вплоть до тех, которые связаны с возможным возникновением недостатка сырья, закрытием рынков сбыта и нехваткой квалифицированных кадров. Немаловажным является определение типа политики импортозамещения, реализуемой Республикой Казахстан, а именно – индустриализация экономики

при помощи дифференцированного ограничения импорта, предполагающий создание благоприятной среды для роста национальной промышленности, путем создания искусственных стимулов (внешнеторговых, валютных, технических, административных и т.д.) для развития отдельных отраслей отечественной промышленности с целью повышения их конкурентоспособности на внутреннем рынке [2].

Основываясь на стратегии ВЭД, органами исполнительной власти Донецкой Народной Республики предпринимаются попытки составления единой программы, определяющей общее направление действий предприятий, а также разрабатывается инструментарий, согласно которому, предприятия смогут осуществлять свою деятельность совместно, однако единых механизмов реализации программ импортозамещения, до сих пор не сформировано, по разным причинам, препятствующим ей, среди которых несовершенство нормативно-правовой базы в области стратегического планирования на территории ДНР; сложная система отчетности и большое количества проверок предприятий и т.д. Помимо этого, благодаря исследованию опыта Республики Казахстан в области импортозамещения, можно говорить, о целесообразности включения в программу вариантов решения таких проблем, как: необоснованное приобретение многими предприятиями, не вполне современных технологий, механизмы снижения ценовой конкуренция со стороны иностранных компаний, поиск направлений для инвестирования и масштабной модернизации производств [Там же].

Следующим примером успешного применения импортозамещения можно считать опыт Южной Кореи и Тайваня, где высокий уровень внешнеторговой защиты сохранялся до начала 80-х годов. После создания на базе политики импортозамещения устойчивых, развитых предприятий с эффективной экономической стратегией – «национальных чемпионов», способных конкурировать на мировых рынках, был осуществлен переход на экспортную ориентацию и ослабление ограничений импорта, что позволило получить

преимущество перед другими странами-товаропроизводителями [4, С. 42]. Полученные данные позволяют говорить о необходимости учета предприятий по уровню импортозависимости и перспективной ориентации на последующий экспорт более технологичных и качественных аналогов импортной продукции, произведенных отечественными предприятиями.

Выводы. Таким образом, существует достаточное количество зарубежного опыта в осуществлении политики импортозамещения, определены проблемы, связанных с реализацией программ импортозамещения, позволяющие их учесть и адаптировать в условиях современных вызовов для дальнейшего развития экономики Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Н. Ш. Ватолкина, Н. В. Горбунова. Импортозамещение: зарубежный опыт, инструменты и эффекты / Ватолкина Н.Ш., Горбунова Н. В. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. – №6 (233). – 2015. – С. 29-39.
2. Ж. Т. Конурбаева, М. У. Рахимбердинова, А. М. Закимова. Исследование вопросов импортозамещения в отечественной экономике / [Конурбаева Ж. Т. и др.] // научно-общественный журнал АО «Казахский экономический университет им. Т. Рыскулова»: Алматы. – 2017. – С. 150-157.
3. Карасьова Н. А. Стратегія імпортозаміщення та експортноорієнтований розвиток в аграрному секторі // Вісник ОНУ імені Мечникова. – Т.20. – Вип. 3. – 2015. – С.41-45.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ

ХРИСТОФОРОВА И.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

ТЕРОВАНЕСОВ А.М.,

студент бакалавриата,

кафедры экономики и менеджмента

ГОО ВПО «Донецкий институт железнодорожного транспорта»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Проведенный анализ эффективности использования основных фондов на транспортном предприятии (на примере вагонного депо) показал, что в структуре основных средств на протяжении наибольший удельный вес принадлежит показателю «машины и оборудование». Наблюдается тенденция ежегодного его увеличения, как в сумме, так и в общей стоимости основных средств. С каждым годом снижается фондоотдача за счет снижения объемов работ и уменьшения доходов [1]. Стабильное снижение фондоотдачи свидетельствует о неэффективном использовании имеющегося оборудования и производственной инфраструктуры. Фондовооруженность также стабильно возрастает из-за снижения численности контингента и роста стоимости основных производственных фондов. Таким образом, можно сделать вывод, что основные средства в вагонном депо используются неэффективно.

Цель исследования заключается в разработке практических рекомендаций по повышению эффективности использования основных производственных фондов.

Изложение материалов основного исследования. В числе мероприятий, направленных на повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности, рассмотрено увеличение годовых амортизационных отчислений

на основе переоценки основных средств. Это дает возможность увеличить денежные поступления на обновление, ремонт и модернизацию основных фондов предприятия, и тем самым вычесть эти суммы из налогооблагаемой прибыли предприятия.

Оптимизация звеньев производственной цепочки, рационализация операций в соответствии с выбранной технологией производства позволяет достичь увеличения выпуска продукции на имеющемся оборудовании, при существующем кадровом обеспечении и вероятном снижении производственных ресурсов на единицу продукции [2].

Показатели использования основных фондов, отражающие эффективность загрузки, улучшаются за счет применения более совершенных средств труда и прогрессивных технологий производства. Также значительное влияние имеют сокращение непроизводительных процессов; оптимизации бизнес-процессов и интенсификации труда за счет усовершенствования научной организации; повышение квалификации линейных менеджеров и кадрового состава.

Совершенствование структуры основных фондов также является важным направлением повышения эффективности их использования. Увеличение выпуска продукции может достигаться за счет использования инновационных технологий, увеличение срока службы производственного оборудования, прогрессивных методов организации труда [3]. При этом принципиальным является эффективное использование технологического оборудования и повышение его удельного веса в общей стоимости основных фондов.

Многократное использование основных средств в процессе производства приводит к их постепенному износу. Стоимостное выражение части основных средств, которые изнашиваются, в каждом месяце включают в затраты производства в виде амортизационных отчислений.

Оптимизация налогообложения, получение большей прибыли и наилучшее использование денежных средств, которыми могут распоряжаться собственники, является одной из основных целей любого предприятия. Одним

из возможных решений является уменьшение налогооблагаемой прибыли за счет вычитания амортизационных отчислений, которые актуализируются на текущую дату. Для достижения этой цели необходима переоценка основных средств – определение их новой рыночной стоимости, которая существует на сегодняшний день.

За последние десятилетия разработаны и применяются конкретные методики оценки стоимости отдельных видов имущества. Оценка имущества, как процесс определения его стоимости, всегда направлена на определение области использования ее результатов. Именно поэтому при проведении оценки определяется конкретный вид стоимости объекта оценки как возможная сумма денег, которая может быть получена за объект на текущую дату оценки, исходя из условий предлагаемой сделки, для целей которой проводится оценка. Определенный вид стоимости, который отвечает условиям будущей сделки и в сущности которого реализуются методические подходы и оценочные процедуры, называется базой оценки.

Определив реальную рыночную стоимость основных фондов применительно к текущему моменту времени, можно рассчитать амортизационные отчисления, которые дадут возможность уменьшить налогооблагаемую прибыль и позволят получить дополнительные средства для восстановления и ремонта изнашиваемого оборудования.

Существуют методы начисления амортизации, которые выбираются предприятием самостоятельно с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от их использования. Если ожидаемый способ в зависимости от условий получения прибыли меняется, может быть выбран другой метод начисления амортизации.

Предприятие может применять нормы и методы начисления амортизации основных средств, предусмотренные налоговым законодательством.

Начисление амортизации проводится ежемесячно. Предприятие за счет амортизационных отчислений имеет возможность использовать

дополнительные средства для устранения износа оборудования. Этот процесс продолжается до достижения нулевой балансовой стоимости основных средств.

Разность между оценочной стоимостью и балансовой на текущую дату объясняется изменением конъюнктуры современного рынка и учета потребительской (рыночной) стоимости при проведении оценки известными методами. Имея балансовую и новую оценочную стоимость, мы можем определить разность и между нормами амортизации. Рассчитав нормы амортизации до переоценки и после, мы видим, что новые нормы значительно превышают годовую норму амортизации к переоценке.

Выводы. Можно сделать вывод, что переоценка основных средств позволит увеличить амортизационные отчисления. В свою очередь это даст возможность увеличить денежные поступления на обновление, ремонт и модернизацию основных фондов предприятия, и тем самым вычесть эти суммы из налогооблагаемой прибыли предприятия. Увеличение средств на восстановление изношенного оборудования повысит его работоспособность, продлит срок службы и позволит повысить эффективность использования.

Список литературы

1. Гурышев А.П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей // Менеджмент в России и за рубежом. – М. – 2007. – № 5. – Библиогр.: С. 105 (12 назв.).
2. Баумгартен Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции //Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №4. – Библиогр.: С. 76 (8 назв.).
3. Салихова Я. Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

ЧЕРНАЯ Л.В.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ЛАРЮХИНА А.А.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Современные условия функционирования отечественных предприятий характеризуются ростом уровня неопределенности внешней среды (индивидуализация и динамизм поведения потребителей, новейшие информационные технологии, высокие требования к качеству товаров, обслуживание), политической нестабильностью, обострением конкуренции, неспособностью достижения высоких результатов хозяйственной деятельности и т.п. Данная тенденция побуждает предприятие к выживанию в условиях конкуренции, достижению устойчивого и непрерывного развития.

В данной парадигме, растет необходимость решения стратегических задач. В свою очередь, возникает необходимость исследования методических подходов к формированию эффективной стратегии развития предприятий, поскольку в процессе развития оно находится в постоянном взаимодействии с другими хозяйственными субъектами, строит отношения со своим окружением (внешние и внутренние конкуренты, потребители, поставщики и др.). Поэтому разработка стратегии развития любого хозяйствующего субъекта является неотъемлемым условием его успешного функционирования на внутреннем и внешнем рынках, а вопрос обоснования стратегических направлений развития актуален как для

предприятий, которые только собираются выходить на рынок, так и для компаний, занимающих значительный сегмент рынка.

Анализ публикаций по теме исследования показал, что вопросам теории и практики формирования стратегии посвящены работы таких ведущих ученых, как И. Ансофф, И. Бланк, К. Боумэн, Х. Виссем, В. Геец, Н. Гринберг, П. Друкер, В. Кинг, Д. Клиланд, Ф. Котлер, М. Мескон, Г. Минцберг, М. Портер, Р. Румельт, А. Томпсон, Дж. Стрикленд, А. Чендлер и др. Однако, недостаточно исследована проблема формирования стратегии развития предприятий с учетом их особенностей в условиях неопределенности, а также методологическая и методическая база разработки эффективной стратегии.

Цель исследования. Исследование особенностей процесса формирования стратегии развития отечественных предприятий в зависимости от типа неопределенности.

Изложение материалов основного исследования. Тенденции современного развития экономической ситуации в Донецкой Народной Республике характеризуются динамизмом, активизацией структурных сдвигов, обострением конкурентной борьбы. Кроме того, несмотря на происходящие сдвиги, связанные с блокадой со стороны Украины и мирового сообщества, приобретают признаки комплексности, взаимодополняемости и взаимопричинности процессов во внешней среде. Эти явления обуславливают необходимость поиска эффективных механизмов и методов стратегического управления, краеугольным камнем которого является стратегия развития предприятия. Зарубежный и отечественный опыт решения проблемы развития предприятий позволяет выделить набор базовых стратегий. Вместе с тем, система стратегий любого предприятия затрагивает определенные особенности, объективно определяя своеобразие воздействий внешней среды на его деятельность и собственный ресурсный потенциал, а также специфичность реакции хозяйственных субъектов на сигналы рынка в условиях неопределенности и их отраслевой адаптации.

Преуменьшение роли фактора неопределенности может привести предприятие к выбору стратегии, которая не позволит ему защититься от угроз со стороны конкурентов, а также воспользоваться теми уникальными возможностями, которые перед ним открываются. Опасна и другая крайность – будучи не способными разработать корпоративную стратегию развития, основанную на традиционном анализе, предприятия полностью отказываются от жестких ограничений стратегического планирования и начинают принимать преимущественно интуитивные решения [1].

В ходе изучения проблемы формирования стратегии в условиях неопределенности определено, что существует необходимость представления о том, какой уровень неопределенности присущ данному предприятию. Часто менеджеры могут иметь некоторое представление о стратегических приоритетах предприятия в ситуации чрезвычайно высокой неопределенности. Для того, чтобы понять, как формировать стратегию развития предприятия, необходимо осмыслить о том, что собой представляет неопределенность. Под неопределенностью целесообразно понимать полное или частичное отсутствие информации о возможных состояниях системы и внешней среды, приводящих к возможным тем или иным непредвиденным событиям [2]. Иными словами, неопределенность предполагает, что нередко такие решения принимаются без достаточной информации о факторах среды. Поэтому руководители, которые принимают решения, сталкиваются с проблемой труднопредсказуемых внешних изменений. Неопределенность микроклимата расширяет вероятность риска провала стратегии предприятия и усложняет расчет расходов, связанных с альтернативными стратегическими направлениями.

В данной связи, можно выделить четыре вида неопределенности при формировании стратегии развития предприятия:

- соразмерное прогнозирование будущего;
- альтернативные варианты будущего;
- широкий спектр возможных вариантов будущего;

– полная неопределенность [3].

Учитывая виды неопределенности, стратегические концепции должны быть разработаны таким образом, чтобы, оставаясь целостными в течение длительного времени, их при необходимости можно было бы модифицировать или переориентировать. Кроме того, общую стратегическую концепцию целесообразно рассматривать как программу, направляющую деятельность предприятия в течение длительного времени, четко понимая, что конфликтные и постоянно меняющиеся деловые и социальные обстоятельства предусматривают ее частые корректировки. Эффективное определение стратегического видения подготавливает предприятие к будущему, позволяя ему правильно выбрать долгосрочные направления развития и идентифицируя намерения высшего руководства занимать конкретные деловые позиции на внутреннем и внешнем рынках. Такой подход подтверждает тезис о том, что разработка стратегии – это одна из важнейших функций менеджмента предприятия, поскольку будущая конкурентоспособность в большинстве своем зависит от правильно выработанной стратегии развития. Исходя из того, что развитие предприятия выступает как результат реализации стратегии, то при разработке стратегии необходимо осуществить анализ возможных форм его развития. Это, в свою очередь, позволит составить алгоритм развития предприятия более эффективно.

Любое предприятие, которое создано с целью достижения определенного успеха, с начала своей деятельности установочными ориентирами выбирает развитие и рост, что следует из характеристик внешней и внутренней среды. Однако, жизнь корректирует эти основные установки, поскольку зачастую создаются такие условия, при которых следование по пути высоких темпов роста является не самым лучшим решением. Объективные и субъективные причины побуждают предприятие увеличивать или уменьшать темпы роста продаж, а, следовательно, объемов доходов и возможностей реинвестирования

их в производство для дальнейшего развития. В таких случаях, речь идет о разных общих стратегиях, а не только о стратегии роста.

Выводы. Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы.

1. Формирование стратегии развития отечественного предприятия – это важная и ответственная задача предприятия, от решения которой зависит его будущее состояние.

2. Эффективно сформированная стратегия является искусством управления, оптимальным использованием имеющихся ресурсов, своевременным реагированием на меняющиеся условия окружающей среды, что позволяет добиться определенных конкурентных преимуществ и обеспечить предприятию эффективную деятельность и длительную жизнеспособность.

3. Решение о выборе оптимальной стратегии предприятия должно базироваться на предварительном анализе уровня неопределенности рыночной среды, что позволит разработать эффективную стратегию, точно соответствующую данному уровню неопределенности и занять одну из трех стратегических позиций (формирующая, адаптивная, сохраняющая право на участие в игре).

Список литературы

1. Корнеева, Т.Ю. Формирование стратегии развития промышленных предприятий в условиях неопределенности / Т.Ю. Корнеева, С.А. Никитин // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2009. – № 2-2. – С. 136-142.

2. Царикаев, А.Ю. Процесс формирования стратегии развития промышленных предприятий / А.Ю. Царикаев // Бизнес в законе. – 2011. – № 4. – С. 222-224.

3. Кортни, Х. Стратегия в условиях неопределенности / Х. Кортни, Дж. Керкленд, П. Вигери // Экономические стратегии. – 2002. – № 6. – С. 78-85.

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ЧЕРНАЯ Л.В.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

ШИРОКОРОДОВ И.В.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Одним из решающих факторов успешной деятельности отечественных предприятий в условиях выхода на внешние рынки выступает формирование корпоративной культуры. Соответственно, актуальность данной темы обусловлена необходимостью создания соответствующих механизмов и методов формирования корпоративной культуры как основы стабильного развития предприятия в будущем. Необходимо отметить, что важность развития корпоративной культуры возросла, когда стало очевидным, что составляющая успеха – это не только качественная система предоставления услуг, но и работники, которые трудятся на предприятии, поскольку социально-психологическая атмосфера в коллективе, степень заинтересованности работников в совокупной деятельности предприятия обуславливают повышение эффективности его деятельности. В данном контексте, внедрение и соблюдение принципов корпоративной культуры позволит сделать ее мощным инструментом управления персоналом, обеспечивать целостность организации, создавать благоприятные условия для управления предприятием и способствовать стабильному развитию предприятия.

Исследования в области зарождения и развития корпоративной культуры начались еще в XIX в. выдающимся ученым Э. Мэйо. В современном мире исследования в данном направлении представлены в трудах отечественных и зарубежных ученых, а именно Р. Ансоффа, В. Антоновой, И. Беликовой, М. Богатырева, В. Вербицкого, В. Гретченко, А. Дубовицкой, А. Иванченко, Д. Исаевой, Р. Коджоян, В. Назаровой, М. Самосудовой, Г. Хаета, Е. Шейна и др.

Однако, особенности формирования корпоративной культуры на отечественных предприятиях освещены недостаточно, что стало толчком для более детального исследования данной проблемы.

Цель исследования. Определение и анализ особенностей формирования корпоративной культуры отечественных предприятий в современных условиях с учетом выхода на зарубежные рынки.

Изложение материалов основного исследования. Внешняя быстро меняющаяся среда диктует свои правила для отечественных предприятий, в результате чего они понимают, что не только материальный капитал является основой стабильной деятельности и конкурентоспособности.

Огромным залогом эффективности и стабильности выступают интеллектуальный, моральный и этический потенциал предприятия. В силу того, что приоритет в народнохозяйственных процессах должен предоставляться работникам, такой потенциал является объективной предпосылкой формирования корпоративной культуры. С данной точки зрения, корпоративную культуру можно рассматривать как своеобразную идеологию управления, нацеленную на повышение деловой активности предприятия.

Корпоративная культура предприятия является уникальной и неповторимой, так как на каждом предприятии ей присущи те или иные особенности, что позволяет определять путь дальнейшего развития в области управления персоналом.

Исследования по этому вопросу доказывают, что нет предприятий с одинаковой корпоративной культурой. Однако, предприятия могут

использовать подобные методы, способы, принципы для формирования и развития корпоративной культуры, поскольку они обеспечивают ее формирование и развитие. Соблюдение предприятием принципов корпоративной культуры влияет на дальнейшее его состояние, эффективность принятия управленческих решений, результативность деятельности работников и т.д. Исследование принципов корпоративного управления и практика деятельности предприятий позволяет сформировать принципы, которые способствуют развитию корпоративной культуры (рис.).

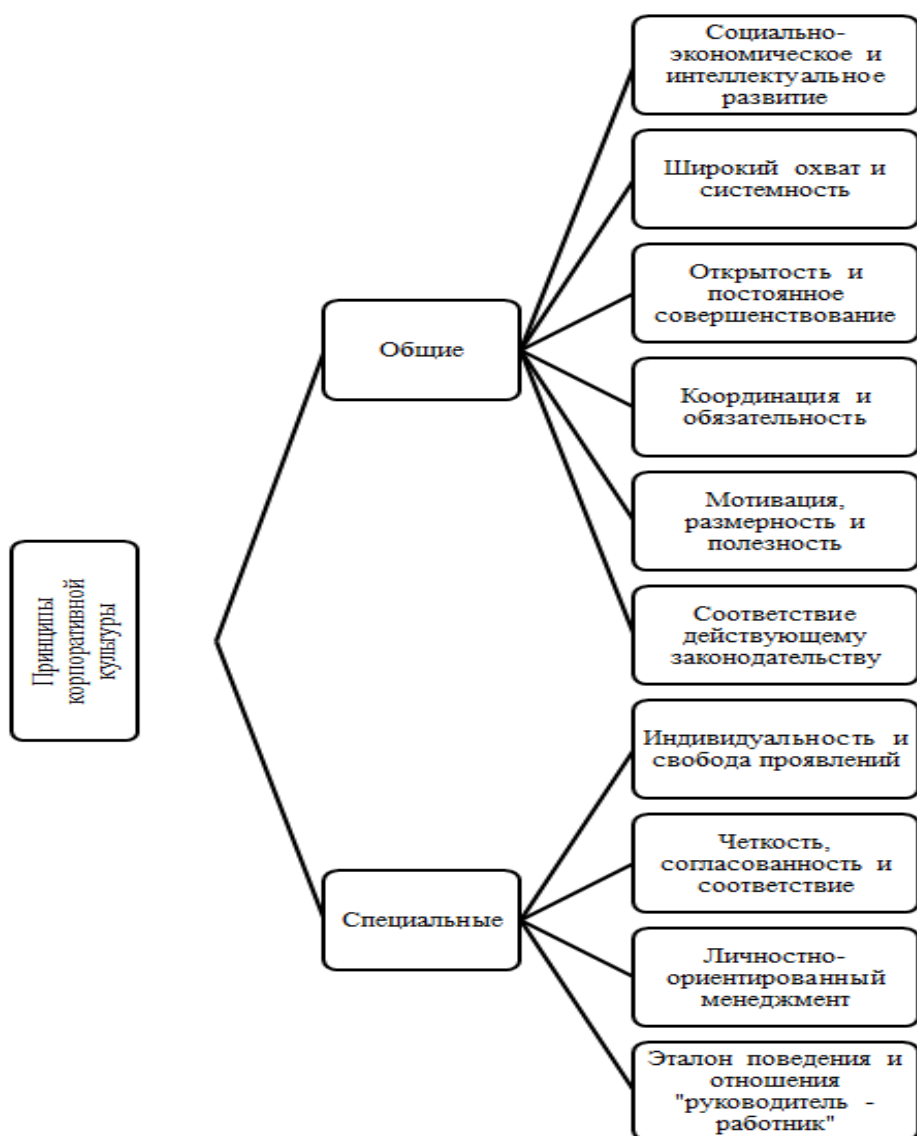


Рис. Принципы корпоративной культуры предприятия

Как видно из рис., имеющиеся базовые принципы, которые могут быть характерными и общими для разных предприятий, в зависимости от отрасли,

сферы деятельности, формы хозяйствования могут дополняться специальными, подчеркивающими индивидуальность и неповторимость.

Кроме того, корпоративная культура, формируя устойчивые духовные связи и коммуникации внутри предприятия, создает его внутренний потенциал, благодаря которому оно обеспечивает самоорганизацию системы и сможет выжить в условиях кризиса (в результате командного духа персонала, его преданности организации и т.д.), а также развиваться за счет высокой квалификации работников, собственных инновационных разработок и т.п.

Синергетический механизм формирования и развития корпоративной культуры проявляется посредством установления и усиления взаимосвязи и взаимодействия элементов социально-экономической системы (структурные подразделения). Однако, для эффективного сотрудничества необходимо, чтобы работники знали процессы, протекающие на предприятии, функции, цели, специфику работы всех его структурных подразделений. Современное предприятие предполагает, что недостаточно знать и уметь выполнять только свою небольшую часть целого производственного процесса, необходимо работать над всем процессом, понимать свое место в нем, видеть и знать конечный результат и быть заинтересованным в его достижении.

Данный аспект свидетельствует, что корпоративная культура ориентирует работников на кооперацию, совместную работу, обеспечивает достижение синергетического эффекта, согласно которому суммарная эффективность деятельности команды будет выше, чем обычная сумма результатов отдельных работников, поскольку даже высококвалифицированные и профессиональные работники нуждаются в сотрудничестве и помощи коллектива. В свою очередь, хаотичный характер развития предприятия предполагает выбор качественно нового пути развития, который будет влиять на формирование корпоративной культуры.

Выделяют следующие источники формирования корпоративной культуры: система личных ценностей и индивидуально-своеобразных способов их реализации; способы, формы и структура, воплощающие некоторые ценности, в

том числе и личные ценности руководителей предприятий; представление об оптимальной и допустимой модели поведения сотрудника в коллективе, отражающее систему сложившихся внутригрупповых ценностей [1].

Корпоративная культура предприятия позволяет решить две ключевые проблемы. С одной стороны, помогает установить оптимальные связи предприятия с внешней средой, то есть внешняя адаптация. С другой, – способствует стабильной и производительной работе персонала на партнерских началах, то есть внутренняя интеграция [2].

Благодаря своим специфическим функциям и направленности (положительная или негативная) корпоративная культура может оказывать значительное влияние на трудовое поведение, мотивацию саморазвития работников, а также на деградацию трудового потенциала предприятия.

Выводы. Таким образом, повышение эффективности деятельности отечественных предприятий требует особого отношения к такому элементу управления, как корпоративная культура. Сложность и неоднозначность данного вопроса предопределяет необходимость исследования этой категории и ее влияния на результаты деятельности отечественных предприятий. Несмотря на то, что в научной литературе рассматриваются отдельные вопросы и примеры реализации корпоративной культуры на практике, это понятие требует индивидуального подхода к формированию и совершенствованию на отдельном предприятии или в отрасли.

Список литературы

1. Спивак, В. Корпоративная культура. Теория и практика / В. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 546 с.
2. Самарцева, О. Сценарии изменения корпоративной культуры / О. Самарцева, Т. Фомина // Корпоративная культура. – 2005. – № 3. – С. 8-16.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

ЧЕРНАЯ Л.В.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

РУСТАМОВ Р.Р.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Современные тенденции, происходящие в мировой экономической системе, где царит жесткая конкуренция, требуют от отечественных предприятий пересмотра экспортно-импортной политики и использования современных методов управления. В данной парадигме предприятия начинают расширять горизонт хозяйственных связей на этапе активного развития и стабильной деловой активности с целью выхода на внешние рынки. Это обусловлено рядом причин, среди которых следует отметить, во-первых, то, что зарубежный рынок является чрезвычайно вместительным, создавая значительные перспективы для отечественных предприятий. Во-вторых, внешнеэкономическая деятельность выступает основным компонентом эволюционного развития предприятия. В-третьих, большинство ученых сходится на убеждении, что глобализация выступает одной из стратегий предприятий с целью завоевания внешних рынков.

Однако, одновременно с этим, выдвигаются и дополнительные требования к специфическому подходу к поддержанию конкурентоспособности продукции и предприятия непосредственно, как в количественных, так и в качественных параметрах и более тщательному соблюдению принципов и методов

маркетинга, поскольку необходимость изменений в стратегии предприятия определяется противоречием между практическими целями и существующей ситуацией. К сожалению, современные маркетинговые стратегии отечественных предприятий на зарубежных рынках являются пассивными, наблюдательными. Соответственно, в данном контексте не создаются благоприятные условия для конкурирования и поступления возможных доходов ни самим предприятиям, ни бюджету государства. Поэтому на первый план выходит формирование гибкой международной маркетинговой стратегии, что позволит субъектам бизнеса выживать в высококонкурентной среде на зарубежных рынках. Соответственно, вопросы, связанные с формированием маркетинговых стратегий выхода отечественных предприятий на зарубежный рынок, имеют в настоящее время достаточно актуальный характер.

Тема значимости маркетинга для успешной деятельности предприятия на рынке достаточно длительное время обсуждается в научной литературе. Проблемам исследования маркетинговых стратегий в управлении предприятием посвящены работы таких отечественных и зарубежных ученых, как И. Ансофф, Г. Ассель, Ф. Котлер, Ю. Мельник, М. Ткешелашвили, А. Томпсон, Р. Фатхутдинов, Л. Шульгина и др.

Цель исследования. Формулирование теоретических подходов к формированию маркетинговой стратегии и определение ее роли и места в управлении предприятием.

Изложение материалов основного исследования. В современных условиях неопределенности главной целью деятельности отечественных предприятий выступает достижение конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде, которые предоставят высокую норму прибыли и стабильный экономический рост. Поэтому для обеспечения эффективной внешнеэкономической деятельности предприятиям необходимо единое стратегическое направление развития, согласно которому они смогут достичь долгосрочных конкурентных преимуществ, используя маркетинговый

инструментарий, который состоит из ценовой, коммуникационной, товарной и сбытовой политики. Необходимо отметить, что зарубежные производители неоднократно демонстрировали подтверждение необходимости продуманной маркетинговой стратегии для создания дополнительных конкурентных преимуществ товаров и услуг, что, в свою очередь, заставляет отечественных производителей анализировать зарубежный опыт, адаптировать его к нынешним условиям и уделять гораздо больше внимания маркетингу [1, 2, 3].

В этой связи предприятия все больше прибегают к разработке стратегии развития, поскольку она позволяет определить предприятию свои цели и то, к чему ему необходимо стремиться, посредством чего развивать свой бизнес или просто выживать в конкурентной борьбе.

Стратегия – это концепция, направление, генеральный курс предприятия к достижению им стратегических целей в любой сфере деятельности. Кроме того, стратегия выступает не только как инструмент обоснования, выработки, реализации долгосрочных целей и задач производственного, научно-технического, экономического, организационно-социального характера, и как фактор, регулирующий деятельность предприятий до тех пор, пока намеченные цели и задачи не будут достигнуты, но и, одновременно, как средство связи предприятия с внешней рыночной средой.

Выбор маркетинговой стратегии осуществляется в несколько этапов. Прежде всего, необходимо выявить конкурентные преимущества предприятия:

во-первых, определяет свои сильные и слабые стороны, что поможет выделить направления, в которых оно сможет достичь успеха;

во-вторых, оценивает возможности и угрозы потенциальных рынков, что помогает определить факторы, необходимые для успеха на рынке.

Однако, базовая маркетинговая стратегия, несмотря на то, что разрабатывается как долгосрочный план предприятия, не должна быть расписана подробно, потому что стратегия может быть опровергнута какими-либо не предусмотренными событиями во внешней среде. Поэтому она не

является чем-то, что определяется раз и навсегда и никогда не меняется. Базовая стратегия должна регулярно корректироваться и уточняться в зависимости от изменений, происходящих на рынке, и результатов деятельности предприятия.

Выделяют следующие этапы разработки стратегии маркетинга предприятия (рис.).



Рис. Этапы разработки стратегии маркетинга предприятия

После проведения анализа внешней и внутренней среды и постановки целей функционирования предприятия на рынке необходимо разделить всех потребителей на различные сегменты в соответствии с выбранными

критериями, оценить уровень их привлекательности, выбрать целевые сегменты рынка и разработать маркетинговую стратегию.

Предприятие, которое стремится завладеть рынком, должно осознавать, что удовлетворить всех потребителей невозможно, так как их слишком много, а желания и потребности в них часто очень противоположные. Поэтому более целесообразным будет выделение только той части рынка, которую предприятие способно эффективно удовлетворить.

Соответственно, первое из принимаемых стратегических решений – определение доли рынка, на котором хочет вести конкурентную борьбу предприятие. Разбивка рынка на сегменты (потребители со схожими потребностями, поведенческими или мотивационными характеристиками) создает для предприятия благоприятные маркетинговые условия. При этом, существует четыре наиболее распространенных типа стратегий конкурентной борьбы, ориентированных на различные условия экономической среды и различные ресурсы предприятия (табл.).

Таблица

Типы стратегий конкурентной борьбы предприятия

Виды стратегии	Характеристика
Виолентная (силовая) стратегия	Используется при крупном, стандартизированном производстве (масштабное производство однородной продукции более эффективно, чем изготовление небольших партий отличающихся товаров)
Пациентная (нишевая) стратегия	Используется для узкого круга потребителей, характерна для узкоспециализированных предприятий. Такое предприятие занимает максимальную долю небольшого рыночного сегмента
Коммутантная (приспособленческая) стратегия	Используется при стандартизированном локальном бизнесе. Неспециализированные предприятия гибки, приспособляемы к удовлетворению небольших по объему нужд потребителей
Эксплерентная (пионерская) стратегия	Создание новых или радикальное преобразование старых сегментов рынка, т. е. предприятия пытаются создать новый рынок и извлечь пользу из первоначального единоличного присутствия на нем

Анализируя деятельность отечественных предприятий, можно отметить, что многим из них свойственна эксплерентная стратегия. Однако, очень часто возможно наблюдать трансформацию пионерской стратегии в нишевую, поскольку необходимость эксплерентной стратегии постепенно отпадает, так

как на первый план предприятие выносит задачи по содержанию доли рынка, улучшению качества продукции, формированию специальных потребностей, которые бы удовлетворяли потребителей. Необходимо отметить, что в чистом виде конкурентные маркетинговые стратегии предприятия существуют довольно редко, что обусловлено менеджментом большинства предприятий, который придерживается определенных стратегических курсов, вносит изменения в программы деятельности, которые связаны с изменением факторов среды функционирования. Это, в свою очередь, в определенной степени отражается на выборе типа конкурентной маркетинговой стратегии.

После выбора предприятием стратегии, ее реализации или вследствие принятого решения изменения стратегических направлений и целей необходимо провести ее оценку, которая осуществляется в виде анализа учета решающих факторов. Результаты оценки позволяют определить, приведет ли выбранная стратегия к достижению предприятием своих целей.

Выводы. Таким образом, исследование показало, что процесс разработки стратегических направлений предприятия является инструментом, помогающим в принятии эффективных управленческих решений. Его задача – обеспечить в достаточной степени нововведения и изменения, происходящие на предприятии. В свою очередь, маркетинговая стратегия заставляет предприятие оценивать свои сильные и слабые стороны с точки зрения конкурентов, возможности и угрозы окружающей среды, определяет альтернативные действия или комбинации действий предприятия.

Список литературы

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер ; Пер. с англ. под общей ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 1999. – 400 с.
2. Андерсен, К. Менеджмент, ориентированный на потребителя / К. Андерсен, К. Керр. – М. : Фаир-Пресс, 2003. – 271 с.
3. Багиев, Г.Л. Международный маркетинг : учебник / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.В. Никифорова. – СПб. : Питер, 2008. – 688 с.

**PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ-СУБЪЕКТА ВЭД**

ЧЕРНАЯ Л.В.,

канд. наук гос. упр., доцент, доцент,

НЕДЗЕЛЬСКИЙ Р.И.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Современное информационно-насыщенное социальное пространство, в котором функционирует предприятие, конкурируя за привлечение внимания к своей продукции и удержание интереса к ней со стороны потребителей, обусловлено динамичным развитием высоких научных и коммуникационных технологий. Поэтому актуальность данной темы обусловлена тем, что использование Public relations (PR) способствует реализации предприятием своих стратегических направлений развития и непосредственно связана с задачами быстрого решения проблем конструирования имиджа отечественных предприятий при выходе на внешние рынки. При этом, в научных поисках выдающихся ученых, акцентируется внимание на том, что программы традиционных коммуникаций больше не отвечают потребностям современного бизнеса, что, в свою очередь, обусловило становление новой концепции коммуникаций, которая призвана трансформироваться в постоянно меняющихся требованиях и вызовах. Учитывая данный аспект, одним из наиболее действенных инструментов повышения имиджа и конкурентоспособности предприятия, а также агрегирования его в социально-экономическое пространство, выступает Public Relations.

К группе ученых, изучающих PR можно отнести таких авторов, как С. Блэк, Г. Брум, Э. Бернейс, О. Борисова, И. Гофман, В. Гудикунст, М. Кастельс, Ч. Кули, М. Матвеев, С. Матлина, Д. Маркони, Я. Мейтленд, Дж. Мид, Р. Мэтьюз, Л. Райс, Э. Райс, А. Сентер, К. Спайсер, Ф. Уэбстер, Ю. Хабермас, Е. Черных, Д. Шульц, Э. Явербаум и др. Кроме того, существует большое количество адаптированных книг по PR, предназначенных для широкого круга читателей, неспециалистов. Однако, вопросы о системе PR отечественных предприятий, о создании и реализации PR-технологий в интересах формирования их имиджа на зарубежных рынках недостаточно разработаны.

Цель исследования. Изучение специфики и эффективности применения PR-технологий отечественными предприятиями в условиях их низкой конкурентоспособности на внешних рынках.

Изложение материалов основного исследования. Public relations, как один из основных элементов маркетинговых коммуникаций, во многом обуславливает конкурентоспособность предприятий, играя заметную роль в формировании маркетинговой стратегии, коммуникативной политики. Формирование репутации предприятия, имиджа его продукции, развитие бренда зависят от PR, что влияет на качество и уровень позиционирования не только на внутреннем, но и зарубежном рынках. Сегодня Public relations является инструментом, который, широко взаимодействуя с другими инструментами маркетинговых коммуникаций, создает среду, где предприятию значительно легче осуществлять свою деятельность. Особое значение PR имеет в кризисных ситуациях, когда необходимо немедленно и эффективно применить средства, адекватные той или иной ситуации. Стоит отметить, что PR в маркетинговом арсенале отечественных предприятий появился достаточно недавно, что обуславливает неточности в понимании сути, содержания, функций и инструментария PR. Стремительное проникновение PR во все сферы ведения бизнеса (внутренняя и внешняя среда, конфликтно-кризисные

ситуации, формирование брендинга, менеджмент отношений с потребителями, связи с общественностью и т.п.) ухудшили обозначенную проблему.

В данном контексте, основная задача PR – это формирование имиджа, который подлежит управлению и координации. В свою очередь, основной целью внутреннего PR является единение коллектива в одну команду, воспитание у него чувства патриотизма, обеспечение коллективной эффективной работы для достижения целей и решения основных задач предприятия при ведении хозяйственной и внешнеэкономической деятельности. При этом, общей целью PR является позиционирование рассматриваемого объекта и хранение имиджа, который принимается общественностью [1].

Отметим, что средства PR имеют ряд преимуществ перед рекламой. По мнению М. Стародубской, эффективно продвинуть имиджевые характеристики с помощью рекламы невозможно, поскольку для этого необходим комплекс средств, направленных на продвижение бренда предприятия, которым можно считать PR-технологии [2].

PR-деятельность в системе менеджмента – это, своего рода, консультирование и скрытое управление, основные задачи которого:

- формирование и исследование системы корпоративных отношений, как стратегическое направление Public relations;
- роль PR в решении проблем внутриорганизационной коммуникации;
- концепция двусторонней коммуникации;
- разработка стратегии эффективности менеджмента предприятия с помощью Public relations;
- формирование корпоративной культуры отношений между работниками;
- воспитание патриотизма среди сотрудников.

При этом, особое значение приобретает целесообразность выбора PR-технологии в зависимости от особенностей целевых групп. При выборе

технологии PR-деятельности или разработке новых PR-технологий важно дифференцировать как стереотипы социального характера (пол, возраст, национальность, этническую принадлежность и т.д.), так и стереотипы экономического характера (уровень развития бренда, уровень цен, качество, особенности товара и т.д.).

Еще одна проблема – это дилемма между спектром применения различных PR-технологий и их результативностью. Основными средствами PR для продвижения продукции предприятия являются пресса, телевидение, радио, печатная продукция, sales-promotion, презентации, благотворительные акции, BTL. Безусловно, одновременное применение всех указанных технологий повышает шанс предприятия на привлечение как можно большего внимания с одной стороны, но, с другой стороны – привлечение внимания еще не является гарантией формирования платежеспособного спроса на продукцию того или иного предприятия. Также организация PR-кампаний – довольно затратное мероприятие, которое вряд ли обеспечит мгновенное оправдание инвестированных средств [3].

Выводы. Таким образом, современные условия хозяйствования требуют использования новейших инструментов PR-технологий и информационных ресурсов. Однако, только комплексное применение всех структурных элементов PR-процесса может дать положительные результаты. Знание специфики каждого такого элемента помогает решать не только вопросы продвижения предприятия на рынке, но и такие важные управленческие задачи, как обеспечение организации информации об общественном мнении и выработки соответствующих мер, планирование деятельности руководства в интересах потребителей, поддержка предприятия в состоянии готовности к различным переменам путем заблаговременного предвидения тенденций.

Список литературы

1. Богданов, Е. Психологические основы публичных отношений / Е. Богданов, В. Зазыкин. – СПб. : Питер, 2004. – 255 с.

2. Стародубская, М. Продвижение по крупному / М. Стародубская // Стратегии. – 2005. – № 3. – С.40-45.

3. Яковлев, И. Паблик Рилейшнз в организациях / И. Яковлев. – СПб. : Петрополис, 2005. – 540 с.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: ОПЫТ НЕПРИЗНАННЫХ ГОСУДАРСТВ

ЧЕРНОБАЕВА С.В.,

ст. преподаватель,

ГРАБУН В.С.,

студент бакалавриата,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Политический статус государства в современных условиях международной интеграции и развития международного бизнеса имеет крайне важное значение для развития его экономики. Неопределенный политический статус вызывает возникновение проблем при выходе государства на международные рынки, поэтому анализ международного опыта и выявление путей развития внешнеэкономической деятельности непризнанных государств имеет особую актуальность для Донецкой Народной Республики.

Цели исследования определить направления развития экономики Донецкой Народной Республики исходя из анализа зарубежного опыта непризнанных государств.

Изложение материалов основного исследования. Сегодня в международной практике вопрос непризнанных государств является

актуальным вследствие сложных историко-политических и этногеографических процессов. На данный момент существует более ста государств, которые были провозглашены на территории почти шестидесяти стран, но не признаны международным сообществом государств.

Термин «непризнанные государства» начал активно использоваться с начала 1990-х гг. В некоторых случаях используются также термины «страны де-факто», «спорные страны», «отделившиеся» или «самопровозглашенные» государства и т.д.

В целом непризнанные государства – это общее название регионов, которые провозгласили себя суверенными государствами и обладают такими признаками государственности, как наличие названия (указываемого как официальное), атрибутов (государственных символов), населения, контроля над территорией, системы управления (включая руководство, органы власти, часто вооруженные силы) и права (включая конституцию и др. организационные документы), но в то же время не имеют дипломатического признания со стороны государств – членов ООН, а их территория, как правило, расценивается государствами – членами ООН как находящаяся под суверенитетом одного или нескольких государств – членов ООН [1].

Однако, как обозначают ученые экономической теории: при признании независимости того или иного государства надо учитывать, может ли оно экономически себя обеспечивать, является ли привлекательным для инвестиций, способно ли бороться с коррупцией и само себя защищать.

Самыми крупными по территории непризнанными государствами мира являются Западная Сахара и Тайвань.

Тайвань на современном этапе является экономически развитым государством, но стоит отметить, что модель экономического развития Тайвани была альтернативой советской модели и подразумевала рыночные механизмы с сильным государственным влиянием и использованием традиционных социальных структур в массовом промышленном производстве.

Стоит отметить, что на современном этапе Тайваньская экономика характеризуется большим государственным сектором, который контролирует одну шестую часть промышленного производства и половину товарооборота. Темпы индустриализации Тайваня в 1950-е и 1960-е годы были феноменальными, а в 1970-е годы Тайвань стал крупным экспортером промышленных товаров. Индустриализация в Тайване в свое время осуществлялась при непосредственном участии Соединенных Штатов. Благодаря американским инвестициям и государственному регулированию экономического развития уже в 80-х гг. в экспорте этого государства преобладала промышленная продукция (около 90%). Отсюда можно сделать вывод, что пример развитой Тайваньской экономики доказывает, что непризнанные государства способны осуществлять внешнеэкономическую, торговую деятельность. Интерес мирового сообщества к таким непризнанным государствам обусловлен различными причинами: сельское хозяйство, туризм и др. К этим государствам можно смело отнести Тайвань, Приднестровье, Абхазию.

Опираясь на международный опыт, для Донецкой Народной Республики (ДНР) необходимо определить на уровне государственных органов власти направление развития экономики республики. На первом этапе необходимо определить отрасль, которая станет «активатором» экономики. При этом стоит отметить, что выбор отрасли должен опираться на глубокий анализ «на местах», с учетом состояния обеспечивающих подсистем отрасли и ее потенциальных возможностей. Однако, необходимо учитывать то, на сколько шагнуло вперед мировое сообщество сегодня и на сколько технико-технологический уровень всех отраслей и сфер деятельности ДНР «отстал». Поэтому, вторым этапом должно стать создание инвестиционного проекта и расчет затрат на модернизацию отрасли или ее полное воссоздание, т.к. опыт процветающих непризнанных стран показал, что их модернизация опиралась на

мощный государственный сектор экономики (Сингапур, Тайвань, Индонезия), который привлекал прямые иностранные инвестиции.

На третьем этапе, система государственного управления должна подготовить государство к реализации масштабного проекта по восстановлению экономики страны. Население должно обеспечить реализацию проекта дешевой квалифицированной рабочей силой, это возможно только при условии насаждения повсеместной идеологии, подразумевающей сплоченное, целенаправленное движение к восстановлению самостоятельной экономики ДНР.

Выводы. Японская модель составила альтернативу советской – рыночные механизмы с сильным влиянием государства и использованием традиционных социальных структур в массовом индустриальном производстве. Эта модель была тиражирована другими странами Восточной Азии – Тайванем, Южной Кореей, Гонконгом, Сингапуром, Малайзией, Таиландом. Имплементация опыта непризнанных государств, которые активировали развитие экономики страны за счет применения механизмов японской модели является наиболее привлекательным способом нивелирования политической непризнанности. Реализация обозначенного алгоритма действий – единственная возможность для экономики ДНР выйти на путь устойчивого роста и развития экономики.

Список литературы

1. Бударagina, Л. В. Конституционно-правовые исследования. Статус непризнанных государств / Л.В. Бударagina // Право и современные государства. – 3/2016 г. – С. 44-49.
2. Квачева, П.И., Петрова, С.В. Политико-правовой статус непризнанного государства в современном мире: историко-правовой аспект (на примере Республики Абхазия) / П. И. Квачева, С. В. Петрова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – Вып. 35, 2017 г. – С. 56-65.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

ЧЕРНЫХ О.Г.,
директор ООО «РЕСУРСДОН»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В последние годы отрасли народного хозяйства, выходя на новые уровни своего развития, сталкиваются с проблемой, оптимизации процессов, экономии времени и ресурсов как физических, а именно, человеческих, так финансовых, материальных. В связи с этим, одно из стратегических направлений развития мирового сообщества – развитие цифровой экономики. Особое место в ней занимают новые финансовые технологии, в том числе и система распределенного реестра, или блокчейн. Большой интерес проявляют к ней отрасли сферы услуг, в частности банковская система. В этих условиях важно обобщить имеющуюся информацию о схемах и операций в системе блокчейн и раскрыть преимущества использования в ней криптовалют.

Анализ исследований и публикаций последних лет: Анализ публикаций последних лет, таких авторов как Нурмухаметов Р.К. и Степанов П.Д. [1, с.50], Генкин А.С. [3, с.15], Гришин И. Ю. и Тимиргалеева Р.Р. [4, с. 102], показывают, что данные исследователи в своих работах раскрывают важные аспекты в изучении применения цифровых технологий в торговом финансировании, в классификации блокчейна и важности их различий. Также в работах подробно рассматривают управление сложными организационно – экономическими процессами на предприятиях с помощью цифровизации производства.

Неразрешенные части общей проблемы: Так как большой интерес к системе блокчейн проявляет банковское мировое сообщество, важно расширить круг накопленных знаний и информации о схемах и операциях в системе

блокчейн и определить преимущества работы с крипто валютой для данной отрасли.

Цель исследования: Рассмотреть особенности использования технологии блокчейн, раскрыть преимущества и способы применения криптовалют.

Изложение материалов основного исследования. Анализ цифровых технологий последних лет, позволяет сделать вывод, что применение и использование системы блокчейн в банковской сфере может «доказать существование» информации, что значительно расширяет сферу его применения и использования. Данную технологию ассоциировали ранее с криптовалютой – биткойн, но в последние годы блокчейн стал определяться как отдельная технология, которая характеризуется высокой прозрачностью информации, которую может увидеть и использовать каждый предприниматель, как видно из рисунка.



Рис. Как работает блокчейн в проектах криптовалюты.

Таким образом, блокчейн обладает рядом следующих преимуществ в применения, что облегчает работу отраслей, как в банковской системе, так и в

сфере и услуг, в целом: безопасность хранения данных за счет их распределенности; математически обоснованное сдерживание инфляции за счет повышения сложности добычи блоков; снижение финансовых и временных затрат; подлинность информации, полученной из удаленных и независимых источников; анонимность участников сети; открытость информации о транзакциях вкупе с обезличенностью данных; усиление доверия между участниками системы; отсутствие централизованной авторизации.

Таким образом, блокчейн безопасно и долговечно сохраняет любую информацию о совершенных денежных переводах, продажах и покупках, правах собственности, участии в голосованиях и их результатах, переписи населения, гражданском, социальном статусе и этапах выполнения сделок. Это не просто новая, а революционная цифровая технология. Если заменить блокчейном традиционные технологии хранения информации, можно сэкономить огромные суммы денег. По приблизительным подсчетам, только десять самых крупных банков планеты за счет блокчейна могут сэкономить в год треть своих расходов, а это сумма от 8 до 12 млрд долл. [2, с.400].

Выводы и перспективы дальнейших разработок: Экспериментальная практика применения новой технологии показывает ее значительные возможности. Вместе с тем для ее широкого использования одних преимуществ не достаточно, есть необходимость в решении ряда проблем как экономического, так и правового порядка [3, с.45]. Блокчейн значительно сокращает время операций и экономит средства. Однако пока это только пилотные проекты. Поиск оптимальных решений должен быть продолжен.

Список литературы

1. Нурмухаметов Р.К., Степанов П.Д., Новикова Т.Р. Технология блокчейн и ее применение в торговом финансировании// Финансовая аналитика проблемы и решения. – 2018. – Т.11, №2.-с.179-190.
2. Тапскотт Д., Тапскотт А. Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией. М.: Эксмо, 2017. 448 с.

3. Генкин А.С. Блокчейн – скептики: реальны ли угрозы и риски?// Инвест - Форсайт. 2017. Май 3. С.15-25.

4. Тимиргалеева Р.Р. Информационно-логистическое обеспечение процесса управления сложными организационно-экономическими системами / Р.Р. Тимиргалеева, И.Ю. Гришин. - Симферополь: ИТ «Ариан», 2013. - 248с.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – КАТАЛИЗАТОР ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

ЯБЛОНСКАЯ Н.Г.,

ст. преподаватель,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность и приоритетность развития внешнеэкономической деятельности как фактора расширенного воспроизводства и трансформации отечественной экономики очевидны. За счет углубления международного сотрудничества, активного участия государства в процессах международного разделения труда и географического распределения товарооборота, возможно, обеспечить поступление наиболее современных средств производства и оптимизировать на их основе наиболее полное применение человеческого, интеллектуального и социального капитала в воспроизводственных процессах в национальной экономике.

Цели исследования – рассмотреть особенности воздействия внешнеэкономической деятельности на воспроизводственные процессы в отечественной экономике в современных условиях.

Изложение материалов основного исследования. Изучение теоретических подходов по выбранной теме позволяет отметить, что

большинство ученых не рассматривают развитие внешнеэкономической деятельности с позиции воздействия на формирование предпосылок расширенного воспроизводства и приспособления национальной экономической системы к мировой.

Следует отметить, что функционирование мировой системы хозяйствования и развитие мирового воспроизводственного процесса возможно благодаря жизнедеятельности национальных экономик как основного их звена, в котором происходят различные процессы организационно-экономических преобразований с целью адаптации к мировым тенденциям отечественного воспроизводственного процесса.

Усиление тенденций глобализации и стремления государств к постиндустриализации обуславливают объективную потребность в углублении и развитии различных форм участия в системе международных экономических отношений, особенно для тех стран, которые имеют относительно небольшие размеры национального хозяйства. Данные процессы акцентируют внимание на переходе от самых простых форм внешнеэкономического взаимодействия - внешней торговли к более сложным - экспорту капитала и научно-технических знаний.

На законодательном уровне согласно Временному положению о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики определено, что под ВЭД понимают внешнеторговую деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, инвестиционную деятельность, между субъектами хозяйствования ДНР и иностранными субъектами хозяйствования [1].

Анализ статистических данных показывает, что наибольший удельный вес в ВЭД составляют внешнеторговые операции, среди которых преобладают импортные. Доля производителей-импортеров среди продовольственных

товаров в 2017 г. по таким позициям как: свинина и говядина составляет -75%, крупы в ассортименте – 85%, овощи, рыба и продукты ее переработки – 90%, фрукты, ягоды, сыр – более 95% [2, с.42]. Такая ситуация свидетельствует о присутствии угрозы продовольственной безопасности, если не наращивать долю собственного производства и о значительной роли импортного компонента в процессе современного воспроизводства.

Необходимо отметить, что за счет присутствия импортного компонента в сфере накопления капитала проявляется негативная тенденция – отток валютных ресурсов, основным источником поступлений которых является экспорт. В случае нехватки валюты, речь идет не об отсутствии тех или иных товаров, а о необходимости использования дешевых, зачастую не качественных заменителей, что в свою очередь никак не способствуют кардинальному обновлению и развитию производительных сил. Следовательно, обеспечить интенсификацию процесса накопления капитала в отечественной экономике может динамично растущий экспорт.

В ходе исследования установлено, что структура внешнеэкономических связей Республики во многом уязвима и иррациональна, поскольку сама отечественная экономика характеризуется относительно низким уровнем развития, замедлением деятельности целостного и сбалансированного производственного комплекса, узостью национального рынка. Анализ структуры экспорта и импорта показывает, что они не способствуют созданию крупномасштабных высокотехнологичных современных производств, ориентированных на массового потребителя, и тем самым тормозят общие темпы экономического развития, снижают возможности расширенного воспроизводства.

Следовательно, в современных условиях главной задачей руководства Республики является разработка направлений развития экспортной деятельности, механизмов активизации внешнеэкономического взаимодействия

на уровне предприятия (микроуровень), отрасли (мезоуровень) и национальной экономики (макроуровень), поскольку это позволит:

- модернизировать производственную инфраструктуру при отсутствии собственных финансовых ресурсов;
- способствовать структурной перестройке общественного производства и сбалансированному развитию отраслей народного хозяйства, смягчению проблемы безработицы;
- обеспечить осуществление политики расширенного воспроизводства;
- ускорить научно-технический прогресс и улучшить конкурентоспособность отечественных товаров.

Выводы. Характер специализации и место экономики страны в системе международного разделения труда отражает общий уровень ее хозяйственного развития. Результативность рыночных преобразований в отечественной экономике во многом зависит от современного процесса и специфики ее интеграции в мировую, особенностей мирового воспроизводственного процесса. Внешнеэкономические связи уже давно превратились в так называемый регулятор, который оказывает решающее влияние на воспроизводственные процессы и приумножение доходов в отечественной экономике. В процессе исследования выявлена логическая зависимость показателей экономического роста от развития отдельных видов и форм внешнеэкономической деятельности, ее влияния на воспроизводственный процесс.

Список литературы

1. Временное положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики (Новая редакция). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mdsdnr.ru/normativnye-dokumenty/14-normativnye-dokumenty/378-vremennoe-polozhenie-o-poryadke-akkreditatsii-sub-ektov->

vnesheekonomicheskoy-deyatelnosti-i-registratsii-vnesheekonomicheskikh-dogovorov-kontraktov-sub-ektov-vnesheekonomicheskoy-deyatelnosti-donetskoj-narodnoj-respubliki-novaya-redaktsiya

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

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЯБЛОНСКАЯ Н.Г.,

ст. преподаватель,

ЛАГУТКИНА Е.Г.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Внешнеэкономическая деятельность является движущим рычагом обеспечения предприятий международными заказами и клиентами, она способна удовлетворить постоянно растущую потребность в увеличении прибыли. Основной задачей внешнеэкономической деятельности (ВЭД) является обеспечение отношений между участниками международного договора, по обеспечению интересов каждой из сторон и извлечение выгоды в процессе сотрудничества. В современных условиях функционирования предприятий происходит существенная замена общей парадигмы управления. Сегодня персонал является основным ресурсом организации, на котором основывают весь экономический

успех всего общества. Для предприятий - субъектов ВЭД подготовка компетентных сотрудников готовых к продуктивной работе в рыночных условиях, их рациональное размещение, эффективность работы службы управления персоналом является залогом результативной деятельности на внешнем рынке.

Цели исследования – рассмотреть современные методы управления персоналом и выявить особенности данного процесса в сфере внешнеэкономической деятельности.

Изложение материалов основного исследования. Реализация внешнеэкономической деятельности, выпуск конкурентоспособной продукции для внешних рынков зависит не только от материально-технической базы предприятия, системы применяемых технологий и проверки качества продукции, проводимых маркетинговых исследований рыночной среды и внедрения концепции продвижения товаров, а также от профессионализма и квалификации персонала, эффективного кадрового менеджмента.

Управление персоналом в сфере внешнеэкономической деятельности обусловлено специфическими чертами в менеджменте ВЭД, которые определяются особенностями объекта осуществления хозяйственной деятельности:

1) управление хозяйственной деятельностью предприятия осуществляется во внешней сфере и на международном уровне;

2) охват территориального пространства, является более широким, чем в ведении внутренней деятельности предприятием, а также выражается в учете различных природных особенностей, климатических, временных и других факторов;

3) в осуществлении международной деятельности принимают участие большее количество субъектов хозяйствования, функционирующих в различных политических, экономических, правовых и культурных условиях;

4) кроме собственно предприятий в осуществлении внешнеэкономической деятельности выступают государства, которые отличаются политикой ведения международных связей, стратегией в сфере внешнеэкономической деятельности, совокупностью рычагов влияния на эту сферу;

5) на международном уровне часто используются межгосударственные инструменты и средства воздействия на внешнеторговые и другие отношения хозяйствующих субъектов.

Ради достижения эффективного результата от осуществления внешнеэкономической деятельности используются определенные методы управления. Под методами управления персоналом понимают способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе производства.

В теории и практике управления применяют три группы методов: административные, экономические и социально-психологические (табл.)

Административные методы предполагают прямое воздействие, выполняются безусловно, не допускают свободу выбора сотрудниками и предусматривают санкции за невыполнение распоряжений. Экономическим и социально-психологическим методам присущ косвенный характер воздействия, отсутствует четкость определенного времени и обязательности этого воздействия, они допускают в известных пределах свободу индивидуального выбора и поведения, во многом зависят от индивидуальных особенностей работников.

Понимание этого, приводит к необходимости поиска современными руководителями предприятий новых методов управления персоналом с целью оптимизации применения его потенциальных возможностей, необычных идей для повышения конкурентного статуса предприятия на отечественном и международном рынке.

Таблица

**Классификация и характеристика методов управления персоналом
предприятия – субъекта ВЭД**

Методы	Основные элементы	Характеристика
Административные	формирование структуры и органов управления; установление административных норм и нормативов, издание указов и распоряжений; отбор и размещение кадров; формирование должностных инструкций и стандартов деятельности.	основываются на власти, дисциплине и наказании, гарантируют четкое распределение обязанностей и соответственно оперативно достигаются цели и обеспечивается быстрая реакция на изменение внешней среды.
Экономические	техничко-экономический анализ и обоснование; планирование экономического развития; материальное стимулирование; ценообразование; экономические нормы и правила.	базируются на использовании экономических стимулов, с их помощью осуществляется материальное стимулирование коллектива, а также реализуются материальные интересы участия субъекта в ВЭД, стимулируется проявление инициативы, реализация творческого потенциала работников.
Социально-психологические	социальный анализ; социальное планирование; участие сотрудников в планировании; психологическое влияние на коллектив.	основаны на использовании моральных стимулов к труду и влияют на персонал с помощью психологических механизмов с целью перевода административного задания в осознанный долг, внутреннюю потребность сотрудника.

Более современные методы управления предлагают использование так называемых 3-х стилей: стиль участия (объяснить, почему работник важен в команде, создать ощущение собственной значимости); стиль непосредственного руководства (работники должны знать, что должны делать, каковы их обязанности, когда работа должна быть завершена); стиль командной работы (обмен опытом, совместное решение проблем, коллективные

советы). В процессе исследования установлено, что к современным методам поиска креативных идей среди персонала можно отнести следующие:

«альтер-эго» - рассмотрение проблемной ситуации с точки зрения профессионального корпоративного лидера или компетентного специалиста в определенной сфере;

«брейнсторминг» - разбор ряда предварительно сформулированных вопросов с полной свободой высказываний мнений без отягощения критикой;

«вызов» - руководитель генерирует мнимую проблему, а сотрудники должны решить ее без какой-либо помощи, т.е. это вызов подчиненным, чтобы пробудить подсознательное желание доказать свою состоятельность самостоятельно выполнять поставленные задачи и принимать решения;

«метод провокаций» - определение преимуществ от необычных, даже нелепых идей, он способствует созданию среди сотрудников идей, которые выходят за пределы стандартов мышления и особенно эффективен, когда предприятие хочет внедрить инновационный товар, открыть новый бизнес, выйти на новый рынок;

«рефрейминг» - используется для решения ключевых бизнес проблем, предполагает оценку работниками проблемы с точки зрения людей различных профессий, т.е. при критической оценке различных составляющих бизнеса, сотрудники проигрывают роли, высказываются и в итоге фиксируются новые идеи.

Необходимо отметить, что в сфере внешнеэкономической деятельности нестандартным методом поиска инновационных идей является использование четырех, так называемых «линз восприятия», каждая из которых представляет собой новую точку зрения на бизнес, клиента и внешнее среду. Таким образом, для современного руководителя предприятия-субъекта ВЭД актуальным становится вопрос по отбору наиболее результативных методов управления персоналом, оптимизация применения его потенциала для обеспечения

эффективной работы предприятия, повышение его конкурентоспособности и прибыльности.

Выводы. Искусство управления людьми проявляется в том, насколько гибко, целесообразно, эффективно руководители используют различные методы, их комбинации с учетом конкретной производственной ситуации. Выбор метода управления в основном зависит от характера проблемы, подлежащей решению, а также ресурсов, имеющихся на предприятии, квалифицированных менеджеров и условий производственного процесса. Для достижения эффективного результата, на практике менеджеры внешнеэкономической деятельности используют приведенные выше методы в сочетании, ведь каждый из этих инструментов сосредотачивается на определенном узком сегменте управленческого процесса.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЯБЛОНСКАЯ Н.Г.,

ст. преподаватель,

КРЫЖАНОВСКАЯ А.Н.,

магистрант,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Необходимость построения более совершенной экономической модели отечественной экономики актуализирует вопрос информационного обеспечения системы управления внешнеэкономической деятельностью предприятий Донецкой Народной Республики. Нередко менеджерам в данной сфере приходится принимать

управленческие решения в условиях разной степени неопределенности. Усиление конкурентной борьбы на мировых рынках товаров и услуг своевременное и всестороннее информирование субъектов экономических отношений выводит информационное обеспечение на одно из первых мест в системе мер, направленных на развитие внешнеэкономической деятельности.

Цели исследования – изучить специфику информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности в современных условиях и охарактеризовать этапы формирования системы информационного обеспечения предприятия-субъекта ВЭД.

Изложение материалов основного исследования. Важность введения комплексного информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности (ВЭД) для развития международной конкурентоспособности обуславливается ключевой ролью информации, как во всех сферах жизнедеятельности общества, так и по всем направлениям деятельности предприятия на всех этапах разработки и производства продукции.

Необходимо отметить, что понятие «информационное обеспечение» в советской науке активно применялось в рамках реализации концепции автоматизированных систем управления и в связи с компьютерной обработкой информации. В западных научных кругах это понятие специально не выделялось. Ближайшим к нему, по сути, является термин «информационная поддержка» (information support), который не является самостоятельным, а выступает больше рядовым элементом технологий управления.

Сегодня содержание понятия «информационное обеспечение» существенно изменилось. Оно приобрело широкий смысл и неразрывно связано с эффективностью управления, поскольку недостоверные данные или их нехватка могут порождать проблемы с принятием решений, сказывается на качестве управления в целом. Положительным является рост понимания важности информационного обеспечения для управления.

Сегодня в вопросах развития информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности остается немало нерешенных проблем, требующих детального анализа. Во-первых, активное участие предприятий Республики во внешнеэкономической деятельности способствовало значительному расширению количества субъектов этой деятельности, которые столкнулись на практике с жесткими законами международной конкуренции и для которых вопросы информационного обеспечения актуализировались с большой остротой. Во-вторых, Донецкая Народная Республика не может находиться в стороне от процессов глобализации и интернационализации, которые происходят в мире, а, следовательно, должна обладать современным информационным инструментарием для их развития, что обеспечит доступ к новейшим достижениям мирового сообщества, поспособствует активному привлечению ее к процессам экономического сотрудничества.

Следовательно, в современных условиях актуальным является: комплексное исследование теоретико-методологических основ и механизмов функционирования системы информационного обеспечения ВЭД в условиях современной международной конкуренции, проведение этого исследования на различных иерархических уровнях - международном, республиканском и на уровне предприятий; комплексное изучение процессов становления и развития механизмов информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности и формулирование рекомендаций для практики информационного обеспечения ВЭД в Республике.

Исследование системы организации информационного обеспечения ВЭД в мире - на международном уровне, показывает, что сегодня функционирует множество международных организаций, важное место в деятельности которых занимает информационная поддержка экономических субъектов различных стран по вопросам развития ВЭД. Среди основных направлений международной помощи, направленной на улучшение уровня информационного обеспечения и повышения конкурентоспособности

участников ВЭД необходимо отметить: создание необходимого законодательного поля и проведения политики содействия гармоничному развитию международной торговли; развитие финансовой сферы и улучшение международной экономической активности; формирование современной мировой инфраструктуры и помощь в развитии национальных инфраструктур; обеспечение свободного доступа всем странам к использованию мировых информационно-интеллектуальных ресурсов.

Также установлено, что на республиканском уровне меры государственной поддержки, направленные на улучшение конкурентоспособности и расширение экспорта, заключаются в формировании общегосударственной системы информационного обеспечения ВЭД отечественных производителей, базирующейся на многоуровневой информационной сети в составе государственных и коммерческих структур и современном информационном инструментарии. Так, к основным направлениям аналитических исследований указанных структур следует отнести: современные достижения отечественной и зарубежной науки и техники, передового предпринимательского и производственного опыта; тенденции развития торгово-политической ситуации и конъюнктуры внешних рынков; отраслевые и товарные приоритеты развития ВЭД; формы и методы конкурентной борьбы; практику работы на международных рынках основных фирм-экспортеров.

Удовлетворение информационных потребностей предприятия во многом зависит от наличия у него современного программно-аппаратного инструментария для сбора, комплексной обработки и сравнения больших массивов информации в соответствии с поставленными задачами.

Для обеспечения управления предприятием необходимо создание инструментария в виде информационной базы, алгоритмов и моделей, которые позволят получать оперативные сведения, необходимые для управления. Промышленному предприятию необходимо иметь собственную базу данных,

которая состоит из отчетности, SWOT-анализа и других моделей и матриц, IT-программ.

Действия по разработке информационной системы управления внешнеэкономической деятельностью (ИСУ ВЭД) предприятия могут быть представлены в виде алгоритма, который состоит из следующих этапов:

1) определение целей и задач – предполагает разработку документа, в котором четко сформулировано, предназначение ИСУ ВЭД, финансовые аспекты, график выполнения основных работ;

2) формирование и анализ информационной модели управления ВЭД - осуществляется формализация и уточнение информации, проверка ее полноты и анализ на предмет отсутствия противоречий, а также устраняется дублирование информации;

3) уточнения характеристик – предусматриваются возможности дальнейшего развития ИСУ ВЭД, внесение изменений в первоначальную документацию, корректировка планов и расходов на разработку, уточнение рисков, разработка плана работ по обеспечению надежности и безопасности доступа, резервного копирования, обновления информации, а также производится выбор аппаратных и программных средств, для чего могут привлекаться технические специалисты;

4) проектирование - формирование модели данных на основе исходной информации и уточненных характеристик ИСУ ВЭД путем создания схемы базы данных и набора спецификаций модулей системы;

5) реализация проекта - координация группы (групп) разработчиков;

6) тестирование - разработка программы тестирования ИСУ ВЭД (функциональности, надежности, производительности);

7) эксплуатация и сопровождение включает три фазы: первоначальная загрузка информации; ее накопление и выход на проектную мощность.

Таким образом, разработка алгоритма формирования информационной системы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия

создаст основу для формирования системы информационного обеспечения ВЭД, которая наилучшим образом будет соответствовать условиям, целям и задачам функционирования предприятия на внешних рынках сбыта.

Выводы. Исключительная роль информации в современном научно-техническом прогрессе обуславливает понимание ее как ресурса, который по значимости должен рассматриваться как фундаментальный стратегический ресурс социального развития и прогресса. В условиях рыночной нестабильности экономическая информация играет определяющую роль в обосновании управленческих решений и управлении предприятием в целом, поскольку включает расчеты экономических показателей, результатов хозяйственной деятельности и т.д. Использование достижений информационных технологий позволяет смоделировать результаты принятых менеджером управленческих решений и выбрать наиболее оптимальное.

Необходимо отметить, что успешное функционирование предприятий-субъектов ВЭД в сегодняшних условиях зависит, прежде всего, не просто от совершенствования внутрихозяйственной деятельности, а главным образом от того, насколько информационное обеспечение удовлетворяет требования системы управления, способствует снижению воздействия рисков рыночной среды и негативных результатов хозяйственной деятельности на внешних рынках.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ОБРАЗОВАНИЯ

ЯКОВЕНКО А.Р.,

ассистент,

БЕГАНСКАЯ И.Ю.,

д-р экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Образование является важной сферой человеческой жизнедеятельности, стратегическим фактором социально-экономического, интеллектуального и духовного развития общества. По определению, принятому XX сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста. От сферы образования зависит мобильность современного человека в экономическом пространстве, его возможность быть востребованным и конкурентоспособным на рынке труда. Учитывая указанное, чрезвычайную актуальность приобретают проблемы государственного управления образованием, совершенствование которого обуславливает изменение всей образовательной системы в желаемом направлении. Опыт зарубежных стран в развитии управления образовательной системой свидетельствует, что путем расширения и совершенствования этой системы можно значительно смягчить социальную напряженность в обществе и решить много социально-экономических проблем.

Изучение международного опыта реформирования систем образования обусловлено тем, что современное образование переживает этап

преобразований, что связано с трансформацией общества, становлением и развитием воспроизводства инновационного типа. Изучению проблем управления образовательной системой посвятили свои труды такие ученые, как: Г. Атаманчук, А. Адамский, В. Бакуменко, П. Браун, В. Дарманский, В. Журавский, В. Кремень, М. Лавровский, С. Николаенко, В. Полонский, Н. Протасов, О. Смолин, В. Татищев.

Однако, анализ научной литературы по вопросам управления образованием свидетельствует о том, что, несмотря на наличие значительного количества научных работ, проблема исследований на сегодня продолжает иметь место, поэтому изучение международного опыта управления системой образования актуально и не может быть исчерпано только представленными авторами.

Цель исследования состоит в изучении зарубежного опыта управления системой образования.

Изложение материалов основного исследования. Законодательство Донецкой Народной Республики в области образования достаточно широкое и разветвленное. Формирование правового поля образования и науки – актуальная государственная задача, поскольку образование является основой развития общества. Динамические изменения в жизни общества приводят к постоянному совершенствованию принятых ранее законов, согласно которым формируется и реализуется государственная образовательная политика, направленная на достижение современного образовательного уровня, возрождение самобытного национального характера образования, обновление содержания, форм и методов обучения, приумножение интеллектуального потенциала ДНР и вклада образования в развитие экономики, культуры, повышение благосостояния населения. Поэтому крайне важным является изучение зарубежного опыта управления образовательной отраслью.

Оценивая системные процессы образования в странах Европы и Америки необходимо рассмотреть самые характерные тенденции развития зарубежного образования, а именно:

- тенденция к построению общества, которое непрерывно учиться;
- тенденция к расширению задач учебных заведений;
- новые тенденции в управлении высшим образованием и ее финансировании;
- тенденция к повышению качества образования.

Тенденция к построению общества, которое непрерывно учиться, рассматривается как уникальный механизм выживания человека и общества в информационную эпоху. Это – новая социально-педагогическая парадигма, формирование которой объективно обусловлено социально-экономическим и общественным развитием под влиянием глобализационных и интеграционных процессов. Непрерывное образование в первую очередь тесно связано с познанием человеком себя, своих интересов, способностей. Оно содержит в себе все звенья, начиная с дошкольного воспитания, средней общеобразовательной школы, профессиональное образование, неформального образования. Американский опыт в области непрерывного образования дает возможность выделить ряд характеристик таких как: доступность, вариативность, гибкость, адаптивность, дифференцированность – которые имеют стратегическое значение для развития образовательных систем в современном мире.

Тенденция к расширению задач учебных заведений. Эта тенденция четко прослеживается сейчас преимущественно в тех странах, которые успели глубже окунуться в процесс создания информационного общества. Где структурированные системы образования выполняли достаточно ограниченное количество задач по сохранению и укреплению государственных структур страны, проведение научных и технологических исследований, однако

занимались и подготовкой ученых, а также обеспечением экономики специалистами высокой квалификации.

Новые тенденции в управлении высшим образованием и ее финансировании: мировая практика свидетельствует, что максимальная эффективность национальных систем образования определяется условиями страны. Именно поэтому почти все развитые государства переходят к все больше к государственному финансированию прежде всего тех учебных заведений и лабораторий, научные работы которых обеспечивают конкурентоспособность национальной продукции на мировом рынке.

Тенденция к повышению качества высшего образования: от качества человеческих ресурсов зависит уровень развития страны. Ведь качество профессиональной подготовки должно обеспечивать конкурентоспособность выпускников на рынке труда, а, следовательно, и уровень их социальной защищенности. Качество профессиональной подготовки должно обеспечивать конкурентоспособность выпускников на рынке труда на основе непрерывного обучения с использованием активных методов, которые вызывают интерес к познанию нового, развивают творческий потенциал личности.

Выводы. Исследование теоретических и практических основ государственного управления образовательной отраслью с использованием зарубежного опыта гуманизации и демократизации управленческих процессов позволяет сделать вывод, что усилия ученых дальнего и ближнего зарубежья направлены на поиски оптимального соотношения централизации и децентрализации государственного управления образованием посредством выработки промежуточных моделей. Это, в свою очередь, требует определенных изменений в системе государственного управления, которое должно быть гибким, мобильным, рефлексивным, ориентированным на самоуправляемую инициативу на местах. Существуют не только объективные условия, но и возможности для создания именно такой системы государственного управления образованием, которое должно ориентироваться

на системно-синергетический процесс единства человека и окружающей среды. Положительный опыт управления системой образования зарубежных стран следует учитывать в учебно–воспитательном процессе Донецкой Народной Республики.

**СЕКЦИЯ 3. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ
ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРОЙ**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА
НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ**

ВАСИЛЕНКО Е.В.,

ст. преподаватель,

РАССОХА А.Р.,

обучающаяся,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время на многих предприятиях туристской индустрии продвижение турпродукта рассматривают как дополнение к рекламе, не уделяя должного внимания изучению тенденций в этой важной сфере маркетинговой деятельности. Проблема заключается в том, что отсутствие анализа эффективности применения современных каналов и методов продвижения приводит к снижению охвата потребительской аудитории, снижению интереса клиентов к непопулярным средствам коммуникации, уменьшению объема продаж, повышению уровня затрат на продвижение и утрате конкурентных позиций туристских предприятий.

Цель исследования состоит в изучении современных тенденций продвижения турпродукта, определении наиболее эффективных методов продвижения, применение которых позволит туристскому предприятию грамотно строить политику продвижения и оперативно решать тактические маркетинговые задачи.

Изложение материалов основного исследования. В современных условиях, когда туристский рынок все больше насыщается туристскими услугами и товарами, значительное место в маркетинговой деятельности предприятий туристской индустрии занимает продвижение турпродукта. Продвижением турпродукта следует считать деятельность туристского предприятия по применению тех инструментов и методов, которые выводят туристские услуги на рынки, стимулируют продажи, привлекают лояльных к продукту агентов и потребителей.

Цели, которые преследуют продвижение турпродукта: охват новых целевых аудиторий и расширение доли рынка; информирование потенциальных потребителей о существующих услугах и конкурентных преимуществах; побуждение потребителей к приобретению турпродукта; стимулирование агентов к долгосрочному сотрудничеству.

Современное туристское предприятие управляет сложной системой маркетинговых коммуникаций, распространяя сведения о достоинствах своего продукта, своей фирмы и убеждая туристов обращаться именно в это предприятие и приобретать именно его услуги и товары.

Продвижение как процесс передачи целевой клиентской аудитории информации о турпродукте предполагает применение широкого инструментария: реклама, брэндинг, связи с общественностью, директ-маркетинг, стимулирование сбыта, паблисити, личные продажи, программы лояльности, спонсорство.

Усиливающаяся конкуренция на туристском рынке вынуждает предприятия туристской индустрии включаться в борьбу буквально за каждого клиента, поэтому выбор наиболее эффективных методов продвижения становится стратегически важной задачей.

Данные последних опросов специалистов по рекламе ведущих туристических компаний Москвы показали, что наиболее эффективными

способами коммуникации с потребителями являются советы друзей и знакомых и реклама в интернет.

Туризм – зависимая от информации индустрия. Традиционные средства рекламы в виду постоянного прироста интернет пользователей и числа веб-ресурсов, приложений, программ становятся все менее привлекательными для потребителей [3].

Вместе с тем, по мнению специалистов туристской отрасли, реклама в оффлайне (наружная и печатная реклама, стимулирование сбыта с помощью акций и бонусов для туристов и т.п.) имеет свои особенности применения, как и реклама в интернет. Директор по развитию туристского агентства Optio Travel Андрей Корляков считает, что оффлайн и онлайн-продвижение неразрывно связаны между собой: «Рекламой в оффлайне, на наш взгляд, стоит заниматься с точки зрения навигации, чтобы клиенту, который идёт к нам впервые, было удобно и легко найти наш офис» [1].

Продвижение будет успешным лишь в том случае, если оно будет нацелено на определенную клиентскую аудиторию, которая в наибольшей степени будет заинтересована в адресованной ей информации. Директор сети турагентств «Менсей» Евгений Левченко отмечает, что, несмотря на рост числа пользователей интернет, активное использование социальных сетей, таргетинговой и контекстной рекламы, значительное число клиентов предпочитают обращаться к традиционным рекламным средствам [1].

Политика продвижения предприятий туристской индустрии направлена на то, чтобы туристский продукт был продан с получением наибольшей выгоды и для предприятия, и для клиента, то есть с учетом его предпочтений и запросов. Привлечение клиентов – самый динамичный участок деятельности туристского предприятия в связи с нестабильностью конъюнктуры туристского рынка и появлением новых технологий.

Важная задача предприятий сферы туризма – адаптация коммуникаций в связи с изменениями внешней среды, так как традиционные инструменты

продвижения становятся все менее действенными. По статистическим данным самое эффективное место для продвижения продукта – интернет, где прогнозируется рост около 16% к 2020 году.

Интернет можно считать новым поколением средств массовой информации, который характеризуется следующими признаками: узкой целевой направленностью информации; автоматическим учетом показателей действий потребителей; низкой стоимостью и доступностью.

Это происходит за счет влияния следующих факторов: интерактивности – информация в интернет вовлекает потенциального потребителя в процесс интерактивного общения с возможностью дать обратную связь и обмениваться опытом; ограниченности целевой аудитории – потенциальными посетителями сайта компании выступают люди в возрасте от 18 до 55 лет с достаточным уровнем образования и платежеспособности (именно эта категория способна принимать самостоятельные и обдуманные решения на основе предлагаемой информации); необходимости регулярного систематического анализа состояния рынка туристских услуг, так как с помощью интернет можно не только следить за переменами на рынке, но и своевременно реагировать на них, меняя направления исходя из конъюнктуры, внося новые предложения [3].

Совсем недавно туристским компаниям достаточно было иметь свой сайт, посредством которого распространялась рекламная информация. Сегодня широко используются инновационные маркетинговые инструменты: WOM-маркетинг, краудсорсинг, вирусный маркетинг, эмбиент медиа, краудфандинг, SM-маркетинг [1].

Сегодня многомиллионная аудитория потребителей получает информацию в Social Media. Social Media Marketing обеспечивает продвижение турпродукта посредством общения с целевой клиентской аудиторией в социальных сетях и предоставляет наряду с продвижением комплекс продуктов: поддержка клиентов, управление репутацией, исследование социальных сетей.

Доступность и эффективность использования соцсетей для привлечения клиентов в турбизнесе обеспечили следующие тенденции, которые сформировались еще в 2017-2018 гг.: 1) изменение алгоритма поиска целевой аудитории, что позволило показывать рекламу потенциальным клиентам в режиме онлайн; 2) появление чат-ботов, мгновенно реагирующих на обращения, обеспечивающих сбор контактов и продающих туры без участия менеджера, т.е. полностью автоматизирующих коммуникационный процесс с клиентом; 3) массовые рассылки в личные сообщения подписчиков туристских сообществ в социальных сетях ВКонтакте, Фэйсбук с открываемостью до 90% и высоким уровнем конвертации. Таким образом, социальные сети превратились в самый экономичный и доходный инструмент получения заявок на турпродукт [2].

Аналитик проекта TurMarketing.ru Дмитрий Потапов рекомендует туристским предприятиям для повышения эффективности продвижения активизировать деятельность в следующих стратегически важных направлениях:

1) проактивная модель работы с клиентской базой. Такая модель предусматривает управление спросом клиентов вместо ожидания, когда они оставят заявки;

2) непрофильная экспертиза и обучение персонала с целью овладения непрофильными компетенциями в вопросах финансов, автоматизации, интернет-маркетинга, необходимыми для привлечения клиентов, построения с ними долгосрочных отношений, обеспечения уровня сервиса, соответствующего современным требованиям;

3) offline-присутствие в стратегически важных точках города. Беспроигрышная стратегия offline – продвижения – находиться рядом с клиентом физически. Д. Потапов отмечает, что «личная встреча – лучший канал для успешной продажи тура» [2].

Выводы. Перед туристическими компаниями открываются новые возможности по использованию современных каналов и способов продвижения, позволяющие сформировать эффективные коммуникационные связи со своей целевой аудиторией.

Список литературы

1. Как эффективно продвинуть турфирму?: [Электронный документ] URL: <https://proturizm.club/stati-i-intervyu/kak-effektivno-prodvinut-turfirmu/> (дата обращения 11.10.2019).
2. Потапов, Д. Что ждет турбизнес в 2019 году? [Электронный документ] URL: <https://www.trn-news.ru/analytics/86136> (дата обращения 13.10.2019).
3. Шпырня, О.В. Использование Internet-технологий в реализации услуг туристского агентства / О. В. Шпырня, А. А. Савченко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 3. С. 141-143.

ЭТНОНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ АРМАВИРЕ

ВАСИЛЬЕВА К.,

обучающаяся 2 курса,

ЮРЧЕНКО А.А.,

канд. пед. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Для того, чтобы попробовать кухню солнечной и колоритной Армении, не выезжая за пределы Краснодарского края, стоит посетить Армавир. Этот город сохранил множество традиций и обычаев своих основателей. Сложно представить, что в 1848 году

это был всего лишь Армянский аул, который впоследствии называли в честь древней армянской столицы Армавиром. Сегодня – это перспективная для развития гастрономического туризма территория, которая требует внимания и популяризации для своего развития.

Цель исследования – рассмотреть особенности города Армавира как перспективного направления для развития гастрономического туризма в Краснодарском крае, его этнонациональную составляющую и проблемы, затрудняющие раскрытие потенциала города.

Изложение материалов основного исследования. Армавир – это невероятное место, сочетающее в себе русскую и армянскую культуру, сосредоточенные в этом месте они развивались «бок о бок». Можно уверенно полагать, что этот город имеет все шансы для развития в нем гастрономического туризма. Огромное количество предприятий питания и настоящих профессионалов в этой области, которые так трепетно хранят рецепты предков, позволяет надеяться, что в недалеком будущем Армавир станет одним из центров внутреннего и въездного гастрономического туризма.

Гастрономический туризм – это очень яркое и активно развивающееся направление мирового туристского рынка. Появился в 1801 году во Франции. Его цель – это знакомство с той или иной культурой через национальную гастрономию. Как правило, гастрономические туры включают в себя мероприятия по дегустации блюд, характерных для местной кухни. Для таких путешественников гастрономия является значимым ресурсом территории и источником формирования ее идентичности. Туристы хотят попробовать что-то новое, своего рода экзотическое. Это помогает спроецировать свое мнение о месте путешествия, приоткрыть тайну духа народа и понять его менталитет, чья история веками вбирала обычаи и традиции.

Гастрономические туры для любителей армянской кухни становятся все более популярными. Туристов привлекает здоровая и полезная пища этой южнокавказской страны. Во время таких путешествий появляется прекрасная

возможность дегустировать изысканный коньяк, множество сортов сыра и удивительные мясные деликатесы. Потому что армянская национальная кухня подразумевает под собой использование исключительно качественных и свежих ингредиентов во время приготовления пищи.

Армяне гордятся своим сыром. Его выбор весьма разнообразен и удовлетворит требования любого гурмана: пресный, соленый, копченый. Его изготавливают из разных видов молока – овечьего, коровьего и козьего. Одной из самых популярных армянских закусок является армянская Ека, которая состоит из сыра, зелени и овощей, завернутых в лаваш. Для приготовления мясных блюд предпочтение отдается баранине и говядине, хотя здесь также можно попробовать и маринованные свиные ножки – можок, тефтели – кюфту, вяленое мясо в специях – бастурму и, конечно же, шашлык. Туристы, чей послужной список гастротуров обширен, рекомендуют обязательно попробовать мясо или специальный фарш в виноградном листе – долму, плов с сухофруктами или копченой рыбой, запеченную по особому рецепту форель, которую предварительно фаршируют изюмом, имбирем и рисом – кутап. А на десерт можно отведать пахлаву, гату, слоеные пироги и халву. Рецепты армянской кухни уникальны и разнообразны, их вкус удовлетворит самых требовательных гурманов.

Как уже упоминалось выше, для приготовления своих блюд, армяне используют только свежие и качественные продукты, интересным фактом является то, что Армавирский центральный рынок был признан лучшим в России еще в прошлом году. В Армавире армянская и кавказская кухня в бесспорном авторитете. В городе действуют следующие заведения, подающие подобную кухню – «Lavash», «Армянская кухня», «Джан Баклажан», «Старый город», «Бизон», «Астория» и таких заведений множество. Практически в каждом из них подается шашлык. Некоторые предприятия питания ориентированы в основном на это блюдо, соответственно, в городе большое количество шашлычных. В столовых часто подаются блюда армянской кухни,

такие как долма, а частый сладкий гость на прилавках – пахлава, о которых уже говорилось выше. Рестораны и кафе очень часто по вечерам позволяют не только «попробовать на вкус» армянскую культуру, но и вживую послушать музыкантов, исполняющих песни с армянскими напевами и на чистом армянском языке, которые трогают до глубины души и оставляют гостей восхищенными. Интересно посещать Армавир в выходные и праздничные дни, особенно на празднование в честь Дня города. Тогда город вспоминает свое рождение и открывает для гостей свое сердце – в парках, скверах, площадях проходят концерты, где каждый желающий может увидеть национальные танцы и послушать песни, узнать о истории города и все это под соблазнительные ароматы, готовящихся местных блюд. Это не всегда специализированные рестораны и кафе – открывается большинство гастрономических палаток. Для развития гастрономического туризма нужны квалифицированные кадры и такие в городе есть – большинство образовательных учреждений готовит специалистов в сфере общественного питания и сервиса, а также технологов.

Для гастрономического туризма в Армавире существуют некоторые проблемы, существенно затрудняющие его развитие – это и отсутствие финансирования конкретно для развития туристской инфраструктуры и вообще сферы туризма, потому как город был бы рад принимать гостей, но возможностей для этого у него нет. Из этого вытекает следующая, вторая проблема – отсутствие разнообразия в средствах размещения и низкий уровень сервиса в гостиницах города. Третьей же является недостаточная информированность потенциальных туристов об этом направлении. С финансированием развития инфраструктуры туризма этого направления, а также с активной рекламной деятельностью и правильным подходом маркетинговых технологий развитие гастрономического туризма протекало бы намного быстрее.

Выводы. Город Армавир имеет огромный потенциал, чтобы стать новым направлением гастрономического туризма, хотя также имеет большие возможности для развития рекреационного (благодаря соленым озерам) и культурно-познавательного туризма. Но все же гастрономический туризм является приоритетным направлением для развития такого уникального города. Армянская кухня любима и является одной из древнейших кухонь в Европе, по-другому ее называют кухней гор и ласкового солнца. В черте города (п. Кирова) есть вино-коньячный завод с богатой историей, которая берет начало в 19 веке, коньяки которого не уступят напиткам из Армении. Блюда, приготовленный в местных ресторанчиках, не оставят равнодушным – все для их приготовления было произведено на этой земле, а уютная и теплая атмосфера согреет даже в холодное время года своим южным кавказским гостеприимством, ожидая своего часа и своих гастрономических туристов.

Список литературы

1. Гастрономические и винные туры. Армавир [Электронный ресурс] https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g2707291-Activities-c36-Armavir_Province.html (дата обращения 07.10.2019).
2. Гастрономический туризм в Армавире [Электронный ресурс] <https://armavir.yavitrina.ru/knigi-gastronomicheskii-turizm> (дата обращения 01.10.2019).
3. Дьяконова М.А/ Направления развития гастрономического туризма в России в 2015-2016 годах /М. А. Дьяконова, В. С. Белушенко, А. А. Юрченко //Молодежь - науке-VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2016. С. 135-138.
4. Самсоненко Т. А. Перспективы развития агротуристического направления в Краснодарском крае /Т. А. Самсоненко, А. А. Юрченко, Ю. Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-

преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. 2016. № 1. С. 120-122.

5. Юрченко А.А. Этнографический туризм. Национальные особенности народов Кубани /А. А. Юрченко, В. О. Немцова //Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2016. Т. 2. С. 53-57.

ТУРИЗМ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ В ДОНЕЦКЕ: АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ГОЛУБНИЧАЯ С.Н.,

канд. биол. наук, доцент,

ПАЛИЙ Н.С.,

канд. экон. наук, доцент,

УХОВА А.В.,

магистрант,

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

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Концепция развития туризма в Донецкой Народной Республике ставит целью создание благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности удовлетворения туристско-рекреационных потребностей населения Донецкой Народной Республики и иностранных граждан, повышение занятости и уровня доходов населения Республики с учетом сохранения и сбережения туристско-рекреационных ресурсов. Обеспечение доступности туризма и экскурсионных посещений является одной из приоритетных задач в законопроекте «Об основах туристской деятельности в ДНР».

Существующие теоретические и научно-практические разработки в малой степени отражают реальную ситуацию с доступностью туризма для некоторых категорий населения.

Цель исследования. Исследование состояния и перспектив развития туризма для маломобильных групп населения в г. Донецке.

Изложение материалов основного исследования. К маломобильным группам населения относятся инвалиды, люди с временным нарушением здоровья, беременные женщины, люди преклонного возраста, люди с детскими колясками и т. п., то есть люди, испытывающие затруднения при самостоятельном передвижении, получении услуг, необходимой информации или при ориентировании в пространстве [1-2].

Такие люди путешествуют менее активно, чем другие граждане, между тем 11% всех туристических поездок в Европе и 7% – во всем мире совершают путешественники с особыми потребностями, чаще всего в компании членов семьи или друзей. В Донецком регионе это каждый шестнадцатый житель региона. Среди причин инвалидности больше всего занимали новообразования, (17,9%). Причиной инвалидности 2,4 тыс. человек стали травмы, отравления и другие внешние факторы, 1,9 тыс. человек – болезни костно-мышечной системы и соединительных тканей. На октябрь 2018 года в ДНР проживало 142 700 человек с ограниченными возможностями здоровья. Более 6,4 тыс. получили ранения в ходе боевых действий

Донецк располагает большим культурно-историческим потенциалом для развития экскурсионного туризма. Донецк располагает большим культурно-историческим потенциалом для развития экскурсионного туризма. В нем насчитывается 8330 культурных учреждений. На территории города расположены три театра, филармония, цирк, планетарий, 140 музеев и музейных комнат, 12 кинотеатров, 53 дворца культуры и клуба, 405 библиотек, 16 детских школ эстетического воспитания, парк культуры и отдыха им. А.С. Щербакова, парк культуры и отдыха города Донецка и др. [3-4].

Достопримечательности столицы Донецкой Народной Республики гораздо больше доступны для маломобильных групп населения, чем в других населенных пунктах страны. Власти города, начиная с 2007 г. в ходе подготовки города к проведению финальной части Чемпионата Европы по футболу в 2012 г, сделали немало: пандусы, специальные подъемники, переоборудование съезда с тротуаров и т.д. Однако все они касались только центральной части Донецка, добраться до которой многие люди с ограниченными возможностями просто не в состоянии. Есть социальное такси, которым может воспользоваться человек с ограниченными возможностями, но не более 2-х поездок в месяц и только в больницу, реабилитационный центр или гос. орган. Поездки на экскурсии не входят в число приоритетных.

В Донецке действует общественная организация инвалидов «Новая жизнь», Организация помогает инвалидам адаптироваться в социуме. Проводится множество разнообразных мероприятий. Например, Конкурс красоты для девушек с ограниченными возможностями «Особая красавица»., разнообразные спортивные соревнования, мастер-классы, например, в преддверии празднования Дня Победы в 2019 г. году был организован мастер класс по изготовлению украшений из георгиевской ленты.

В 2019 г. 5 участников данной организации участвовали в квесте для инвалидов-колясочников по городу Донецку. Квест организовали сотрудники Донецкого художественного музея, а преодолевать подъемы участникам помогали ученики донецких школ. У организации также есть автомобиль, специально оборудованный для транспортировки инвалидов-колясочников

Проведено исследование наиболее распространенных маршрутов экскурсий на предмет соответствия требованиям доступности для маломобильных групп населения. Оказалось, что номинально в центральной части на тротуарах соблюдены все требования, однако фактически выявлены многочисленные нарушения: перепад высот между тротуаром и проезжей частью в специально оборудованном для маломобильных граждан месте может

составлять 12 см (норма 0 см), например, на бульваре Шевченко в районе Крытого рынка. В подземном переходе может отсутствовать съезд для колясок (ул. Челюскинцев), перепад высоты пандуса составляет более 25% (норма 10%). Не один из общественных туалетов в городе не приспособлен для того чтобы инвалид мог его самостоятельно посетить.

Для людей с нарушением зрения также предусмотрены строительными нормами и правилами особенности, в целом они совпадают с общими для маломобильных групп населения, но имеются особенности. Так, например, первые и последние ступени лестниц, начало надземных пешеходных переходов, остановки общественного транспорта должны быть окрашены контрастными по цвету линиями и иметь тактильные шероховатости. В городе Донецке такие приспособления есть только на Привокзальной площади.

Количество ступеней на лестничном марше не должно быть больше 15, а высота ступеней не может быть больше 15 см. Нависающие конструкции (рекламные щиты) должны находится не ниже, чем 2,1 м. Ветви деревьев не должны нависать ниже, чем 2.2 м. Дренажные решетки устанавливаются заподлицо. Только 10% улиц центрального Ворошиловского района соответствуют данным требованиям.

На основании проведенной оценки пригодности маршрутов основных экскурсий по городу для маломобильных групп населения была выбрана территория парка Щербакова, которая соответствует требованиям на 90%. Разработана технологическая карта и схема маршрута экскурсии, рассчитана ее стоимость. В качестве экскурсоводов планируется привлекать лиц также относящихся к категории маломобильных групп населения. Это позволит им социально адаптироваться, почувствовать себя нужными для общества.

Выводы. Донецк является потенциальной туристкой дестинацией. Маломобильные группы населения являются значительной частью потребителей услуг туризма. Имеется множество проблем для полноценного

вовлечения этих групп населения в туристский процесс. Необходим комплексный подход для решения данной проблемы.

Список литературы

1. Смирнова, Д.Б. Безбарьерная среда первый шаг к развитию безбарьерного туризма в России (на примере Московского региона) // Управление экономическими системами. – 2013. – №9 (57). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=2349
2. Смирнова, Д.Б. Факторы, влияющие на стратегическое развитие безбарьерного туризма в РФ на региональном уровне // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – № 9. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/9201314>
3. Мишечкин Г.В., Голубничая С.Н. Формирование туристской дестинации в Донецке: проблемы и перспективы // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. - № 2 (Т. 11). – С.118 – 124.
4. Голубничая С.Н., Мишечкин Г.В. Формирование туристского бренда города Донецка: история, проблемы и перспективы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. № 4 (Т. 13). – С.134-144.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МУЗЕЕ-ЗАПОВЕДНИКЕ «ХЕРСОНЕС ТАВРИЧЕСКИЙ»

ГОНЧАРОВА Ю. М.,

обучающаяся 2 курса,

ЮРЧЕНКО А. А.,

канд. пед. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В современном мире наблюдаются высокие темпы развития туристской деятельности. Посещение новых стран, городов, уникальных исторических объектов становится свойственным для всё большего числа населения. Ознакомление туристов и экскурсантов с важным туристским потенциалом происходит в процессе экскурсионной деятельности. Музей-заповедник «Херсонес Таврический» является уникальным историческим объектом, который пользуется большим спросом среди туристов.

Цель исследования – рассмотреть основные способы (методы) организации экскурсионной деятельности в «Херсонесе Таврическом», определить особенности проведения экскурсии в данном музее, указать основные проблемы при организации и разработке маршрутов.

Изложение материалов основного исследования. В Крыму множество различных музеев, но самым известным является Херсонес Таврический. Херсонес – древний город, основанный выходцами из Гераклеи Понтийской в конце 5 века до нашей эры. Он представлял собой красивый город, который вел активную торговлю и был культурным центром западного побережья Крыма. Этот греческий полис просуществовал почти два тысячелетия и пал в 1399 после сокрушительного удара темника Едигея.

В 15 веке польский посол Мартин Броневский напишет о Херсонесе: «Достойные удивления развалины очень явно свидетельствуют, что это был

некогда великолепный, богатый и славный город греков... Этот город стоит пуст и необитаем и представляет одни развалины и опустошения...» И действительно, первые раскопки с научными целями были проведены только спустя почти 4 века, в 1827 году. Систематические раскопки помогли восстановить историю древнего города. Основателем и первым директором музея является Карл Казимирович Косцюшко-Валюжинич.

На данный момент «Херсонес Таврический» является самым известным музеем-заповедником на юге России. Согласно статистике за 2016 год на его территории побывали свыше 1,1 миллиона человек. Туристов привлекают коллекции эпиграфических памятников, ремесленные изделия и орудия труда, предметы быта, которыми пользовались древние херсонеситы. Во время раскопок археологам удалось частично восстановить облик города. Были откопаны жилые кварталы, рынки, винодельни, храмы, гробницы и др. Также были обнаружены античный театр и монетный двор.

В настоящее время по уникальным историческим объектам экскурсоводы-гиды музея проводят экскурсии.

Составление экскурсии включает в себя несколько этапов:

1. Предварительные работы. На данном этапе необходимо провести подбор и изучение материалов для будущей экскурсии. Происходит подбор объектов, на которых будет проложен маршрут экскурсии.

2. Непосредственная разработка самой экскурсии. Составляется экскурсионный маршрут; обрабатывается материал; осуществляется работа над содержанием экскурсии; оформляется контрольный текст; осуществляется выбор методики проведения экскурсии, определяются наиболее эффективные методические приемы показа и рассказа; написание экскурсоводами индивидуального текста.

3. Заключительная ступень. Сдача экскурсии на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем музея, допуск экскурсоводов до работы на маршруте.

В музее-заповеднике «Херсонесе Таврическом» существуют следующие виды экскурсий:

обзорная экскурсия «Херсонес – город двух тысячелетий». Проводится на русском, английском и немецком языках;

экскурсии для паломников Свято - Владимирского собора;

экскурсия с интерактивными включениями для детей разных возрастных категорий;

театрализованные экскурсии, проводимые студентами РГПУ имени Герцена в период летней практики.

В современном мире школьники большую часть времени проводят в виртуальном мире, из-за чего у них теряется интерес к посещению музеев. Для привлечения в Херсонес дошкольников и школьников сотрудниками музея были разработаны интерактивные программы: «Сказки богини Клио» - для детей дошкольного возраста; для обучающихся средних общеобразовательных школ «Здравствуй, Херсонес!», «По древним улицам шагая!»; для обучающихся-практикантов в летний период «Херсонесский музейон»; лекторий для обучающихся «Састер».

Особенности интерактивных программ:

1. Экскурсия проводится героями/персонажами древнегреческой мифологии. Они одеты в соответствии со своим образом и ведут себя соответственно своим героям.

2. Проводится интерактивная игра с детьми, связанная с тематикой рассказа.

3. Рассказ ведется от первых лиц.

4. Задаются вопросы, с целью проверить качество запоминания материала. За правильные ответы можно получить вознаграждение.

На территории Херсонеса установлены мультимедийные киоски, позволяющие посетителям ориентироваться в событиях разных периодов истории Херсонеса. Они служат методом дополненной реальности. Также в

музее-заповеднике «Херсонес Таврический» проходят концерты, фестивали, праздники и другие разнообразные культурно-массовые мероприятия, презентации арт-объектов, уникальные культурные проекты, направленные на популяризацию искусства (ночь музеев и т.д.), лекции, конференции и т.д. Третий год проходит международный оперный фестиваль под открытым небом. Благодаря всем этим инновациям и обширной программе, он попал в десятку самых посещаемых музеев России по итогам рейтинга, который составило аналитическое агентство «Турстат».

Выводы. Таким образом, историческое наследие, мемориальные предметы способствуют формированию личности подрастающего поколения, созданию собственного культурного фундамента, формируют возможность реализовывать досуговую деятельность с образовательно-воспитательным компонентом.

Список литературы

1. Алексеенко, Н. А. Херсонесские археологические прогулки: Краткий туристический справочник-путеводитель / Н. А. Алексеенко, С. В. Дьячков - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Харьков, 2015. – 314 с.
2. Кленина, Е. Ю. Херсонес Таврический. Путеводитель по городищу / Е. Ю. Кленина, А. К. Бернацки – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Севастополь: СПД Арэфьев, 2017. – 68 с.
3. Модельный закон о туристской деятельности от 16 ноября 2006 года.
4. Рагер Ю. Б. Исторические и социальные аспекты межрегионального туризма на Кубани и в республике Крым /Ю. Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2014. – № 1. – С. 69-70.
5. Юренева, Т. Ю. Музееведение / Т. Ю. Юренева - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Москва, Академический проект, 2014. – 160 с.

6. Юрченко А. А. Культурологические аспекты межрегионального туризма Краснодарского края и республики Крым /Ю. Б. Рагер, А. А. Юрченко //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2015. – № 1. – С. 79-80.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДНР

ГУСАК А.С.,

канд. экон. наук, доцент,

КОЛЕСНИК В.В.,

магистрант,

кафедра туризма

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

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На сегодняшний день основная проблема Республиканского ландшафтного парка «Зуевский» заключается в катастрофической нехватке финансирования на его развитие. Снижение бюджетных средств повлекло за собой шлейф негативных последствий для развития ландшафтного парка, в частности, отток высокопрофессиональных кадров, браконьерство, низкий уровень оплаты труда кадрового состава, работающего на территории парка. Традиционно, в нынешних условиях считается правильным требовать финансирование на содержание парка от руководящих органов или профильных министерств.

В работе предложен относительно новый и не совсем традиционный подход к идентификации классификации заинтересованных сторон, определению стратегий взаимодействия, управлению ожиданиями и выстраиванию баланса их интересов к решению проблемы РЛП «Зуевский».

Цель исследования. Исследование проблемы влияния стейкхолдеров в деятельности РЛП «Зуевский», установление взаимосвязи инициатив участников взаимодействия, направленные на сотрудничество в рамках развития экологического туризма.

Изложение материалов основного исследования. Теория стейкхолдеров является одной из форм управления заинтересованными сторонами. Стейкхолдеры (англ. stakeholders) - так называемый «круг заинтересованных лиц», а именно: поставщики, покупатели продукции, инвесторы, посредники, непосредственно работники и учредители компании; иногда стейкхолдерами называются лица, организации или ведомства, которые способны некоторым образом оказать влияние на успешность или эффективность какого-либо проекта, или направления развития [1]. Управления заинтересованными сторонами нашли отражение в признанных международных и национальных стандартах, в частности в ISO (International Organization for Standardization Международная организация по стандартизации) [2].

Для понимания и удовлетворения потребностей заинтересованных сторон организации необходимо: выявить заинтересованные стороны и поддерживать способность сбалансированно отвечать на их потребности и ожидания; перевести установленные потребности и ожидания в требования; довести требования до сведения всего персонала организации; сконцентрироваться на улучшении процессов с целью обеспечения ценности для заинтересованных сторон. При этом уровнями окружения могут быть внутреннее, внешнее и дальнейшее окружение заинтересованных лиц [3].

Внутреннее окружение заинтересованных сторон – это те, кто официально являются участниками проекта и поддерживают его реализацию (пользователи услуг, сотрудники, поставщики). Внешнее окружение заинтересованных сторон – это те, кто принимают непосредственного участия в реализации проекта, но подвержены его влиянию. Дальнее окружение заинтересованных сторон – это внешнее окружение самой организации, которое влияет на проект

опосредованно путем влияния на организацию. По результатам исследования выявлено три уровня окружения организации стейкхолдеров в Республиканском ландшафтном парке «Зуевский»: внутреннее окружение включает в себя сотрудников, ресурсы организации (скаладром «Зуевка», музей раковин моллюсков «Жемчужина» и «Панский подвал», экологические тропы); водохранилища (Ольховское, Зуевское и Ханженковское); оборудование организации (велосипеды, мопеды, моторные лодки, микроавтобусы); ближнее окружение включает в себя конкурентов парка «Зуевский» (РЛП «Донецкий Кряж», Биосферная особо охраняемая природная территория республиканского значения «Хомутовская степь - Меотида»; образовательные учреждения Донецка; Общественное движение «Донецкая республика»; Государственный комитет по экологической политике и природным ресурсам при Главе Донецкой Народной Республике, УДО «Донецкий центр туризма и краеведения учащейся молодежи», Ботанический сад, коммерческие организации); дальнее внешнее окружение включает в себя Министерство молодежи спорта и туризма, Министерство государственной безопасности, правоохранительные органы, общество.

На данный момент существуют несколько актуальных распространённых моделей стейкхолдеров, такие как: PMBOKPMI – (Project Management Body Of Knowledge («свод знаний по управлению проектами»), P2M – (Project and Program Management («управление проектами и программами»), P-4R–Теодор Левитт, («концепция маркетинг-микса»). Для дальнейшего рассмотрения выбран японский стандарт, в котором структура и содержание процессов работы с заинтересованными сторонами описывается более детально [4]. В японском стандарте P2M основной акцент делается на ценностном подходе к управлению проектами и программами. Стандарт P2M предлагает выявление и непрерывную оценку ценности, и в конечном итоге позволяет максимизировать полезность результата. Таким образом, целями процесса управления данными

сторонами в стандарте Р2М является удовлетворенность заинтересованных сторон и клиентов, а также достижение требуемых результатов компании [4].

Управление заинтересованными сторонами Р2М включает в себя: построение взаимоотношений – формирование перечня заинтересованных сторон и определение порядка работы с каждой стороной; поддержание взаимоотношений – регулярная деятельность по поддержанию удовлетворенности заинтересованных сторон; реорганизация взаимоотношений – адаптация уже выстроенных отношений при возникновении каких-либо изменений [5].

Для визуализации всех участников в механизме взаимоотношения сформирована карта заинтересованных сторон РЛП «Зуевский», отражающая социальные, экономические, политические стороны деятельности, а также руководство реализации программы развития экологического туризма. С целью анализа отражения этих связей на карте выделяется три области, в которых располагается все заинтересованные стороны – внутренние, зависимые (или первичные), внешние (или вторичные) стейкхолдеры [6].

Из дальнего окружения было предложено выделить Министерство молодежи спорта и туризма, которое проводит мероприятия на территории Республиканского ландшафтного парка «Зуевский» в Донецкой Народной Республике, что приводит к популяризации туристического движения республики. Из ближнего окружения было предложено выделить коммерческие организации, транспортные компании и предприятия общественного питания. В Донецкой Народной Республике на данный момент можно наблюдать катастрофическую нехватку мест отдыха и рекреации, а в частности пляжей для купания и отдыха людей. На территории одного их водохранилища (Ханженковское) предлагается создать цивилизованную зону отдыха с привлечением таких заинтересованных сторон как транспортные компании с последующим заключением договоров на регулярную перевозку пассажиров из Харцызска до Ханженковского водохранилища. Благодаря этому может быть

гарантирован туристический поток на протяжении всего летнего сезона. Самую акцию для привлечения потока людей предлагается прорекламировать посредством СМИ (телевидение и радио). Для удовлетворения потребностей отдыхающих предлагается взаимодействовать с коммерческими организациями в сфере оказания услуг общепита, а также обустройства инфраструктуры парка. Из ближнего окружения выбирается персонал парка. Кроме личной заинтересованности в виде прибавки к зарплате сотрудникам за счет привлечения коммерческих организаций предлагается создание новых рабочих мест по уходу и озеленению РЛП «Зуевский», предоставление дополнительных услуг для обеспечения нормального отдыха людей (сдача в аренду беседок, мангалов, шезлонгов и др.).

Выводы. Полноценное развитие туризма в регионе возможно лишь при активном участии всех заинтересованных сторон в процессе активного диалога. В этой связи предлагается рассматривать вопросы разработки и реализации программы развития РЛП «Зуевский» в контексте управления стейкхолдерами. В работе рассмотрены взаимосвязи инициатив участников взаимодействия, направленные на установление сотрудничества в рамках развития экологического туризма РЛП «Зуевский». Успешное взаимодействие со стейкхолдерами для РЛП «Зуевский» является одним из ключевых моментов ее существования.

Список литературы

1. Cleland D. «Project stakeholder management» Project Management Journal, Vol/ 17(4), 2009. – 36.
2. Аалтонен С.Д. От информирования к вовлечению – Руководство по вовлечению заинтересованных сторон для местных органов власти / С.Д. Аалтонен – Комиссия по охране окружающей среды Союза Балтийских Городов (UBC EnvCom) – 2009. – 4-15 с.
3. Понимание потребностей и ожиданий заинтересованных сторон: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2772.html>.
4. Стейкхолдеры: справочник таксировщика: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mellarius.ru/stakeholders>.

5. Greenwood, M. Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility // Journal of Business Ethics, 2009 – 315-327.

6. Проблематика взаимодействия с заинтересованными сторонами основана на инструменте общения и коммуникации / Strong, K. C., Ringer, R. C. & Taylor, S. A. THE* Rules of Stakeholder Satisfaction (Timeliness, Honesty, Empathy) // Journal of Business Ethics, 2010 – 32.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ «БЕЗБАРЬЕРНАЯ СРЕДА» НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО АЭРОПОРТА Г. КРАСНОДАР

ГУСАКОВ Д.В.,

инспектор службы авиационной безопасности,

АО «Международный аэропорт «Краснодар»

ЕРЕМИНА Е.А.,

канд. пед. наук, доцент,

ЗАДНЕПРОВСКАЯ Е.Л.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В соответствии с Конституцией Российской Федерации, Конвенцией ООН о правах инвалидов, людям с ограниченными возможностями здоровья необходимо обеспечить образ жизни, не ущемляющий их чувства собственного достоинства, способствующий всестороннему участию граждан во всех сферах жизни общества. С этой целью необходимо обустривать соответствующими средствами доступ граждан с подобными ограничениями, в первую очередь, к транспорту, в том числе авиационному.

Цель исследования – рассмотреть возможности функционирования программы «Безбарьерная среда» на примере международного аэропорта (г.Краснодар).

Изложение материалов основного исследования. Обслуживание маломобильных граждан в российских аэропортах регулируется Воздушным кодексом Российской Федерации, федеральными авиационными правилами, методическими рекомендациями Министерства транспорта и др. Основные положения, обеспечивающие учет интересов маломобильных групп населения, содержатся в строительных нормах и правилах СНиП 35-01-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения».

В международном аэропорту города Краснодара имеется отдел обслуживания маломобильных пассажиров, предусмотрены и соблюдаются условия для обслуживания авиапассажиров с ограниченными возможностями здоровья:

здание аэропорта оснащено оборудованием для доступа в зону регистрации и вылета, которым пассажир с ограниченными возможностями здоровья может воспользоваться самостоятельно;

кнопки и телефоны вызова персонала аэропорта расположены у входа, а также на пунктах входного контроля.

Агенты сопровождения должны помогать подобным пассажирам с регистрацией, оформлением багажа, их доставкой в зал вылета, к воздушному судну, а также с посадкой в самолет.

Посадка в самолет пассажира, который передвигается на инвалидной коляске, осуществляется при помощи специального автомобиля «Амбулифт» и начинается за час до назначенного времени вылета.

Высадка пассажира с ограниченными возможностями из самолета осуществляется после высадки всех пассажиров, сотрудники аэропорта доставляют его в зону прилета аэровокзала. Пассажира транспортируют к зоне выдачи багажа, по его запросу сопровождают до выхода из аэровокзала.

Для удобства передвижения пассажиров с ограниченными возможностями здоровья территория и здание краснодарского аэропорта оборудованы пандусами, по запросу предоставляются кресла-коляски. На автостоянке аэропорта специально выделены бесплатные места для пассажиров с ограниченными возможностями здоровья, которые расположены в непосредственной близости к аэровокзалу.

Кресла-коляски, используемые пассажирами с ограниченными возможностями здоровья, принимаются к воздушной перевозке сверх установленной нормы бесплатного провоза багажа и без взимания дополнительной платы. Пассажиры могут пользоваться своим собственным креслом-коляской до момента посадки на борт самолета за исключением коляски с электрическим приводом. Кресло - коляска с электрическим приводом, сдается в качестве зарегистрированного багажа при регистрации на рейс. Пассажиры, которые используют подобные коляски, обязаны иметь при себе набор ключей для отсоединения клемм аккумулятора, а также упаковку для него. В аэровокзале имеются туалетные кабины для пассажиров-инвалидов.

Для незрячих пассажиров имеются мнемосхемы, которые расположены при входе в аэровокзал. По запросу пассажиров с ограниченными возможностями здоровья предоставляется помощь в выгуле собак-проводников.

При бронировании и заключении договора воздушной перевозки пассажир с ограниченными возможностями здоровья обязан сообщить перевозчику или агенту перевозчика о своем статусе, т.е. особенностях здоровья, а также предоставить информацию о габаритах, весе индивидуальных средств передвижения, которые будут перевозиться на борту воздушного судна.

Если при бронировании билета и багажа пассажиры с ограниченными возможностями здоровья не указали агенту перевозчика о необходимости сопровождения, то подобную услугу они могут заказать на официальном сайте аэропорта или по прибытию в аэропорт.

В завершение анализа доступности услуг аэропорта г. Краснодар для людей с ограниченными возможностями, отметим, что у российского производителя технических средств реабилитации и подъемников для инвалидов «Инновационная мастерская «Отче Савва»» имеется техническое решение, позволяющее обеспечить комплексное решение проблемы, связанной с перемещением маломобильных пассажиров: начиная от парковки и заканчивая креслом самолета. Использование подобного устройства в аэропорту существенно бы повысило качество обслуживания маломобильных пассажиров.

Список литературы

1. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 14.08.2018)
2. Приказ Минтранса России от 28.06.2007 N 82 (ред. от 14.01.2019) «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей»
3. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
4. Ползикова, Е.В. Преимущества и недостатки использования воздушного транспорта в индустрии туризма / Е.В.Ползикова // Прикладные, поисковые и фундаментальные исследования: интеграция науки и практики. Материалы международной научно-практической конференции НИЦ «Поволжская научная корпорация». –2017.– С. 56-58.

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЕЁ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ДЖАБИЕВ В.В.,

научный сотрудник отдела экономики,

ГБУН ЮОНИИ им. З.Н. Ванеева при Президенте РЮО,

г. Цхинвал, Южная Осетия

Постановка проблемы в общем виде. Республика Южная Осетия (РЮО) является малой горной страной с ограниченными сельскохозяйственными и природно-сырьевыми ресурсами. В результате затяжных недавних военных действий Республика находится в тяжёлом экономическом кризисе, которая выражается как в стагнации всех отраслей народного хозяйства, так и отрицательной динамики социально-демографических процессов. Исходя из сложившегося положения, необходимо срочно определиться с перспективными направлениями устойчивого развития экономики и сделать их точками роста в долгосрочном периоде. Анализируя потенциал республики, однозначно приходим к выводу, что в стратегическом периоде одним из наиболее перспективных направлений развития экономики РЮО являются туристско-рекреационная сфера (ТРС).

Цель исследования – обосновать рекомендации по формированию туристско-рекреационной сферы республики Южная Осетия как одного из факторов её устойчивого развития.

Изложение материалов основного исследования. При анализе перспектив развития РЮО, естественно, необходимо учесть ряд важнейших факторов, исходя из которых, вытекает вывод о наиболее оптимальном использовании ресурсов края с целью обеспечения её долгосрочного устойчивого развития. Этими факторами, прежде всего, являются: современное состояние экономики, её геополитическое положение, размер территории,

природно-сырьевые и климатические ресурсы, демографические показатели населения, особенности национальной и экономической истории развития края, примеры успешного развития государств со схожими признаками и мн.др.

Тщательно изучая вышеперечисленные факторы, само собою напрашивается вывод о прерогативе использования и развития туристско-рекреационного потенциала Республики, как основного и рекомендуемого источника её доходов в долгосрочной перспективе.

Главными и бесспорными плюсами приоритетного развития ТРС являются:

1. Богатая история успешного развития ТРС в дореволюционный и советский период времени.

В тогда ещё области функционировали и пользовались большой популярностью широкая сеть курортов и здравниц, как всесоюзного и республиканского значения, так и местного.

Местное население и предприниматели сами пытаются кое-как своими силами подзарабатывать на элементарных формах туризма. Совершенно очевидно, что для ускоренного строительства и развития ТРС необходимо, чтобы государство само вплотную этим занялось на уровне стратегического плана развития.

2. Экологическая чистота края. Со времён распада СССР в Республике не функционирует ни одно вредное производство. Во всё ухудшающейся экологической обстановке в мире, чистота экологии будет наиболее востребованным турпродуктом.

3. Живописная красота природы, начиная от плоскогорья и кончая вечно снежными горными вершинами. Республика также богата многочисленными горными речками и озёрами, а также высоко целебными минеральными источниками.

Разнообразие форм рельефа, сильная расчлененность поверхности, различная крутизна, направление склонов дают широкие перспективы для развития горнолыжного, альпинистского и многих других видов туризма.

Этому же способствует и большая амплитуда высот. Разность высот от наиболее низко расположенной до наиболее высокой точки составляет около 3200 м.

В высокогорной зоне – климат без настоящего летнего периода в нижней части и климат вечного снега в нивальном (фирново-ледниковом) поясе. Именно в этом поясе имеют большие перспективы строительство горнолыжных трасс и другие виды профессионально активного вида отдыха.

Самой тёплой и самой защищенной является предгорная зона. В этой зоне перспективны строительство преимущественно рекреационных зон отдыха. Среднегорная зона занимает промежуточное место между указанными выше двумя зонами. Эта зона идеально подходит для умеренно активного отдыха, с целью укрепления здоровья и профилактики болезней.

Отдельного внимания заслуживает обилие минеральных источников самого разнообразного по целебным свойствам качества. Как показали проведенные в прошлом столетии исследования, на сравнительно небольшой территории РЮО 18 целебных типов различных минеральных источников. Это одна из уникальных особенностей югоосетинских реалий.

Как по количеству источников, так и по ресурсам воды первое место среди минеральных вод Осетии занимают воды газифицирующиеся углекислотой. В долинах и боковых ущельях рек встречаются почти непрерывные выходы углекислых вод, ресурсы их достигают нескольких сотен тысяч литров в сутки.

4. Основным источником доходов абсолютного большинства малых государств является сфера услуг, доходы от которых колеблются от 50% до 80% в ВВП этих стран, основным из которых являются ТРС со всей сопутствующей ей инфраструктурой.

5. Большое разнообразие флоры и фауны. Растительный покров Южной Осетии удивительно богат и разнообразен.

Фауна богата, в основном, разнообразием рыбных ресурсов. Особенно привлекательна речная радужная форель, которая, как известно, славится своим изысканным вкусом. Остальной животный мир не следует трогать из-за их санитарной роли в экологии края.

6. Археологические, культурно-исторические ресурсы, находящиеся на территории РЮО. На территории юга Осетии имеются большое количество памятников истории человечества, имеющих общемировое значение. При соответствующей их подготовке и преобразованию в доступные для современных направлений туризма турпродукты, сюда можно будет привлечь устойчивые туристские потоки.

7. ТРС играет важнейшую роль в социально-экономическом улучшении положения населения страны и обеспечении её стратегических задач, такие как: трудоустройство, предотвращение оттока населения из сельских местностей (агротуризм), положительная динамика социально-демографических процессов, стимулирование сохранения и восстановления памятников культуры, стимулирование развития национального ремесленного производства, традиций и культуры и мн.др.

Практически нет более эффективного метода стимулирования возвращения сельского, а то и части городского населения в сёла, как возрождение и успешное развитие ТРС, в частности, развитие агротуризма. Данный эффект ТРС наиболее действенен именно в малых государствах.

Исходя из анализа имеющейся туристской ресурсной базы РЮО, развитие туристской отрасли на её территории, возможно развернуть до 11-ти направлений развития туризма РЮО, состоящие из 199 объектов.

На сегодняшний день Комитетом по делам молодёжи, спорту и туризму предлагаются для разработки 16 туристских маршрутов.

Как видно из вышеизложенного, у нас имеется достаточно богатый задел по разработке туристических маршрутов, а самое главное, есть, что показать туристам.

Основными трудностями, с которыми столкнётся руководство Республики при продвижении местного турпродукта на внутренний и внешние рынки будут следующие факторы.

РЮО фактически является буферной зоной на важнейшем геополитическом пространстве. По этой причине в Республике находятся огромное количество, по меркам нашей территории Российские военные объекты. Над этим вопросом необходимо провести кропотливую работу руководствам РФ и РЮО по выработке взаимоприемлемых правил передвижения по утверждённым маршрутам для российских и иностранных граждан.

Острый недостаток высококвалифицированного управляющего и обслуживающего персонала для нужд туристско-рекреационного комплекса в будущем для Республики. Та же проблема остро стоит и в России, где количество высших учебных заведений по подготовке специалистов по туризму превышает 400 единиц, но отсутствуют как специалисты для среднего и низшего исполнительного уровня, так и профессионального обслуживающего персонала. По лимитам из Южной Осетии в Россию было отправлено всего в разные годы 18 учащихся по специальности туризм. Из них большинство окончили учебные заведения и вернулись на родину, и они по понятным причинам не работают на данный момент по своей специальности. Необходимо срочным образом создать условия для привлечения их к работе по своей специальности, иначе они начнут терять свои навыки.

Обратим внимание ещё на одно очень важное мероприятие, которое должно взять руководство нашей Республики на первых этапах развития внутреннего туризма. В республике много горных рек, но нет полноводных, где можно поплавать. Необходимо в будущем построить искусственные проточные

водоёмы в руслах рек, близких к курортным объектам и на пересечении туристических маршрутов, для создания более полноценного активного отдыха туристов. Затраты на строительство простейших искусственных водоёмов минимальны. В будущем будет необходимо применять технологии ландшафтного дизайна при строительстве искусственных водоёмов. Ко всему прочему, эти водоёмы являются прекрасным местом для роста молоди речной форели и для лова рыб.

Большие перспективы имеют разработка механизмов и упрочнение института ГЧП.

Благодаря относительно невысокой амплитуде высот и разнообразия климатических поясов, богатой истории ТРС в советские годы, а также огромного количества памятников архитектуры, есть все условия для успешного строительства ТРС в РЮО.

СИСТЕМА КОНТРОЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ДОРОФЕЕВА А.А.,

д-р. экон. наук, доцент, профессор,

НОВИКОВА Н. И.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра менеджмента и туристского бизнеса

*Институт экономики и управления Гуманитарно-педагогической
академии (филиала) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет*

имени В. И. Вернадского»,

г. Ялта, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. На сегодняшний день специалистам в области туристской индустрии важно учитывать воздействие неблагоприятных факторов на безопасность туризма. Поэтому дальнейшее

видение туристского предприятия начинается с контроля факторов микро и макросреды, которые могут оказать воздействие на обеспечение экономической безопасности. Туристская отрасль – одна из самых чувствительных отраслей к угрозам безопасности. Современные условия деятельности предприятий туристской сферы отличаются такими характерными чертами, как: жесткая конкуренция, стремительный рост новых видов и форм ведения бизнеса, организационно-правовые сложности и тому подобное. При таких обстоятельствах туристские предприятия должны уделять значительное внимание контролю экономической безопасности предприятия.

Вопросы контроля экономической безопасности предприятия туристской сферы неоднократно были предметом изучения ученых в области экономики и права. Однако в современной экономической литературе подсистемы и инструментарии обеспечения безопасности туристского предприятия являются недостаточно изученными.

Цель исследования - исследовать организационно-экономические аспекты контроля как подсистемы обеспечения экономической безопасности туристского предприятия.

Изложение материалов основного исследования. В современных теориях управления контроль рассматривается как "система, состоящая из элементов входа (информационное обеспечение контроля), элементов выхода (информация об объекте управления, полученная в результате контроля) и совокупности следующих взаимосвязанных звеньев: центры ответственности, техника контроля (т.е. информационно-вычислительная техника и технология), процедуры контроля, среда контроля" [1].

Содержание контроля экономической безопасности может быть определено как совокупность скоординированных управленческих мер, направленных на защиту туристского предприятия от рисков, путем использования системы условий, ограничений, оценки и коррекции результатов.

Роль активных контролирующих воздействий на экономическую безопасность, вытекающая из предложенного определения понятия контроля, позволяет выделить основные формы контроля: единичный и множественный, непрерывный и периодический, одно и многофункциональный, а также ограничивающий (упреждающий) и регулирующий контроль.

Ограничивающий контроль направлен на создание условий, способствующих достижению турфирмой поставленных целей. Его сущность состоит в определении возможных негативных последствий результатов работы и принятии мер по их предотвращению.

Регулирующий контроль нацелен на оперативную оценку результатов проведенных действий и принятие корректирующих действий. Разновидностью регулирующей формы контроля является внутренний аудит, задачей которого является комплексная проверка адекватности ведения учетных записей и поддержки требований и стандартов системы контроля [2].

Таким образом, контроль экономической безопасности туристского предприятия можно охарактеризовать как сложный механизм, объединяющий в единую систему организационные, информационные и иные аспекты, направленный на решение проблем защиты турфирмы от различных потерь и обеспечивающий достижение предприятием целей, соблюдение стратегии и политики в области туристской деятельности.

Уровень безопасности туристского предприятия зависит от того, насколько эффективно его руководство и специалисты будут способны избежать возможных угроз и ликвидировать вредные последствия негативного влияния внешней и внутренней среды.

Среди способов обеспечения экономической безопасности предприятия выделяют упреждающую деятельность – заключается в устранении причин, вызвавших нарушения безопасности и реагирующую деятельность – осуществление мероприятий, которые направлены на устранение последствий нарушения безопасности

Задачами системы контроля туристского предприятия являются постоянное отслеживание изменений, как во внутренней, так и во внешней контрольной среде и формирование адекватных методов, ограждающих турфирму от их негативного влияния[2].

Невозможно перечислить в полном объеме многообразие экономических факторов, оказывающих влияние на экономическую безопасность предприятий сферы туризма. Для примера приведем лишь некоторые из них: экономическое развитие страны; доходы в ВВП страны от туризма; структура расходов и доходов населения; уровень цен на туристские продукты и услуги и их динамика[3]. Эти показатели постоянно должны оцениваться и диагностироваться туристским предприятием, так как одни факторы могут нести серьезную угрозу, а некоторые новую возможность.

Выводы. Придание контролю активной роли в процессе обеспечения экономической безопасности туристского предприятия позволяет всесторонне подойти к проектированию системы контроля и специфицировать две его формы - ограничивающую (упреждающую), направленную на реализацию функции предупреждения отклонений, и регулирующую, призванную оценить возникшие отклонения и принять меры для коррекции полученного результата. Система информационных, организационных, нормативно-инструктивных и процедурных элементов, взаимосвязанных между собой и направленных на решение задач контроля в отношении деятельности турпредприятия формирует подсистему его экономической безопасности.

Список литературы

1. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке.: Пер. с англ.: Учеб.пособ. – М.: Вильямс, 2001. – 272 с.
2. Новикова Н. И. Организация и планирование экономической и инновационной безопасности промышленного предприятия: научно практические рекомендации / Н. И. Новикова – Донецк: ООО «Норд Компьютер», 2006. – 148 с.

3. Дорофеева А.А., Мельник И.П. Ориентирование на инновации в стратегии повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства в условиях глобализации [Электронный ресурс] / А.А. Дорофеева, И.П. Мельник. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=2971739>

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ

***ДУБРОВСКАЯ Н.И.,
ст. преподаватель,
кафедры туризма***

***ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. В последние годы все большую популярность в мире получают вопросы устойчивого развития и социально ответственного бизнеса. Туристско-рекреационная сфера не является исключением. При этом, как устойчивое развитие, так и корпоративная социальная ответственность (далее - КСО) рассматриваются с точки зрения ее основных составляющих – социальной и экономической. Социально ответственное поведение коммерческих и некоммерческих организаций, действующих на территории республики, способно коренным образом повысить уровень жизни населения и способствовать ее устойчивому развитию.

Цель исследования – установить связь между устойчивым развитием региона и корпоративной социальной ответственностью предприятий туристической индустрии, действующих на данной территории.

Изложение материалов основного исследования. В целях устойчивого развития экономической, социальной и экологической составляющих Республики следует уделять пристальное внимание туризму и рекреации. Прежде всего потому, что туриндустрия в своем развитии затрагивает все 3 составляющих устойчивого развития территории: экономическую, социальную и экологическую. Так, экономическая составляющая в туризме получает развитие благодаря коммерческой деятельности туристических агентств и туроператоров, отелей и рекреационных зон. В этой сфере необходимо отметить необходимость развития въездного и внутреннего туризма в целях улучшения экономической ситуации в республике. На данный момент, к сожалению, развитием въездного туризма занимается только турагентство «ШЛАМ ПЛЮС», остальные туристические агентства предоставляют жителям республики выездные туры, что ведет к выводу денежных средств за пределы республики и единственным сдерживающим фактором этого процесса на данном этапе является низкий уровень доходов населения, которое, в большинстве, не может себе позволить отдых за рубежом. Рекреационные зоны Республики имеют недостаточно развитую инфраструктуру и недостаточное количество мест размещения для жителей ДНР.

С точки зрения корпоративной социальной ответственности, которую в современном мире также можно рассматривать с точки зрения тех же 3 составляющих – экономической, социальной и экологической, экономическую составляющую можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Внутренне направленная корпоративная социальная ответственность – это ответственность перед сотрудниками, направленная на улучшение условий их труда и быта путем выплаты достойной заработной платы и предоставления возможности профессионального совершенствования. Внешняя корпоративная социальная ответственность – это ответственность перед регионом, перед окружающей средой, которая находит свое выражение в благотворительности, спонсорстве,

расходах на улучшение инфраструктуры, реализации социальных проектов и так далее.

Изложение материалов основного исследования. Необходимо отметить, что в современных условиях возможность реализации КСО турфирмами на территории республики ограничена в связи с тем, что туристические агентства, действующие на ее территории, имеют крайне ограниченный штат сотрудников и ограниченный оборот средств и не в состоянии участвовать в реализации крупных проектов по усовершенствованию инфраструктуры. Единственно возможной представляется реализация внутренней социальной ответственности путем повышения квалификации сотрудников, предоставления им возможности поездок в рекламные туры и достойной оплаты их туда. Кроме того, социальная ответственность туристических фирм должна проявляться в ответственности перед клиентами, предоставлении безопасных туров, страховании, выплаты компенсации за не состоявшиеся по вине компании туры.

Экологическая составляющая широко представлена экологическим туризмом, увеличением числа экологических троп, туристических маршрутов, не вредящих окружающей среде. В данном аспекте социальная ответственность имеет возможность проявляться в поддержании чистоты рекреационных зон путем привлечения молодежи, принимающей участие в туристических слетах и фестивалях, оборудовании экологических троп мусорными пакетами в целях недопущения загрязнения окружающей среды, контроле за чистотой территории. Социальная составляющая устойчивого развития в туристской отрасли чаще всего рассматривается в рамках социального туризма, который ассоциируется в сознании с предоставлением льготного отдыха малоимущим, многодетным семьям, детям и инвалидам, в то время как понятие социум - означает общество и включает все население республики. Если рассматривать проблему социального туризма сквозь призму корпоративной социальной ответственности, социально ответственного бизнеса, на первое место выходит

забота как раз о трудоспособном населении, составляющем основу производительных сил, основу интеллектуального и человеческого капитала республики. Крупные промышленные производства в состоянии обеспечить своих сотрудников летним отдыхом и достойным соц. пакетом, в то время как бюджетные организации не могут предоставить такой возможности своим сотрудникам. Безусловно, существуют профессиональные союзы, призванные способствовать рекреации сотрудников, но в наше время их возможности в бюджетных организациях крайне ограничены. В связи с этим важная роль в предоставлении возможности рекреации отводится государству. Государству следует стимулировать крупные производящие предприятия вкладывать средства в рекреацию своих сотрудников путем предоставления налоговых льгот, способствовать созданию фондов, которые профсоюзы в последствии смогут использовать для предоставления возможности рекреации сотрудникам бюджетной сферы. Современные реалии ставят перед обществом задачи по внедрению не только корпоративной социальной ответственности отдельных предприятий, но социально ответственного государства в целом. Общество, ставящее краеугольным камнем своего существования экономическую составляющую, воспитывающее материально ориентированных индивидуалистов обречено на провал. Осознание необходимости возврата к вечным человеческим ценностям, единству, взаимопомощи и поддержке со временем даст свои положительные результаты.

Выводы. Корпоративная социальная ответственность в современном обществе должна быть присуща как крупным корпорациям, так и мелкому бизнесу, каковым, в большинстве, являются туристические агентства. Предприятиям туриндустрии в сотрудничестве с органами власти следует прилагать усилия по улучшению туристического имиджа региона, развивать въездной и внутренний туризм, сохранять и улучшать экологическое состояние мест рекреации, изыскивать способы предоставления полноценной рекреации всем слоям населения республики.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ БРЕНДОВ КУБАНИ

ЗАДНЕПРОВСКАЯ Е.Л.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

АСТАШОВ А.А.,

студент 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Российские регионы характеризуются уникальными историческими, культурными, социальными и религиозными особенностями, которые позволяют формировать самобытный территориальный образ, повысить конкурентоспособность региона, являться базой для создания туристских территориальных брендов.

Цель исследования – рассмотреть особенности формирования туристских брендов Кубани.

Изложение материалов основного исследования. Активное использование туристских брендов в России имеет недавнюю историю, были созданы территориальные бренды многих крупных и малых городов, районных центров. Для успешной реализации программ территориального брендинга не требуется активная рекламная компания, в качестве инструментов брендинга обычно используются традиционные социально-культурные мероприятия.

Позиционирование отдельных курортных территорий Кубани проводится в рамках единого зонтичного бренда «Курорты Краснодарского края» (рис. 1). Курортные территории края разнообразны бальнеологическими ресурсами, предлагаемыми медико-оздоровительным продуктами и могут удовлетворить многие потребности отдыхающих. Именно по этой причине, очень важна

специализация отдельных курортных мест (муниципальных образований), что и послужило причиной разработки фирменного стиля – брендбуки, для таких территорий как Анапа, Горячий Ключ, Туапсинский и Темрюкский районы.



Рис.1. Логотип единого зонтичного бренда
«Курорты Краснодарского края»

Еще в 2015 году в Краснодарском крае был проведен форум «Стратегии развития регионов России: маркетинг территорий», в его работе приняли участие руководители всех муниципальных образований Краснодарского края. По результатам работы форума была принята резолюция о формировании и продвижении брендов отдельных курортных территорий, позиционировании специфики курортов и конкурентных преимуществ.

Были разработаны бренды городов Анапа Туапсинского района, Горячий Ключ, Темрюкского района (рис.2).

Вместе с тем, в проделанной работе по брендингу региональных туристских продуктов Кубани, на наш взгляд, пока нет ни теоретической, ни методической добротной основы, которая бы системно и целостно охватывала реальный процесс воспроизводства туристских продуктов в масштабе региона.



Рис. 2. Примеры логотипов брендов отдельных территорий края

Перечислим отдельные проблемы процесса брендинга региональных туристских продуктов края:

недостаточно ёмкая концептуальная основа брендов региональных туристских продуктов Кубани. Духовное, идеологическое содержание брендов региональных туристских продуктов должно активно отображать не только природную уникальность нашего края, но и уникальные особенности нашей цивилизации в пространстве региона;

в представленных брендах региональных туристских продуктов Кубани слабо выверена конкурентная позиция на международном и российском туристских рынках. Не четко обозначены конкурентные преимущества края, которые бы более активно мотивировали притоки туристов в регион: экономическая доступность, хороший технологический уровень, высокая эффективность лечебной компоненты региональных туристских продуктов. Не решена полностью проблема построения устойчивых взаимоотношений между целевыми аудиториями и брендом;

не использованы большие резервы современного коммуникационного обеспечения брендинга региональных туристских продуктов и узнаваемости брендов муниципальных образований края, в том числе, в

Интернет-пространстве, которое способно обеспечить гораздо более высокую оценку привлекательности туристского продукта и действенность мероприятий по его продвижению. Наряду с информационными порталами на нескольких иностранных языках можно предложить такие методы и технологии продвижения брендов: блогинг и предоставление информационных туров для блогеров, представителей СМИ; образование официального канала на YouTube, официальных страниц в социальных сетях (Google+, Linkedin), и микроблогах (Twitter, Tumblr); on-line конференции через IP-телефонию (Skype, Viber и др.); формирование специальных приложений для различных мобильных платформ; размещение информации о туристских объектах и услугах региона в геосоциальных сетях типа Foursquare, Alter Geo, системах GPS-навигации; формирование 3D макетов объектов туристского интереса и 3D-маршрутов и т.д. Проблема совершенствования технологии брендинга региональных туристских продуктов, является, на наш взгляд, основной при рассмотрении многих вопросов обеспечения устойчивого воспроизводства региональных туристских продуктов.

Список литературы

1. Брендинг города Краснодар. [Электронный ресурс]. URL: https://www.krd.ru/files/econom-razvitie/brend/Branding2015-Group-E_fullversion.pdf (дата обращения: 07.09.2019)
2. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Под. ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
3. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
4. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме/ И.М.Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская Е.Л., Я.В. Коробенко// Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия

развитию экономической науки и образования «Экономика», – 2019. – № 1. – С. 353-355.

5. Сычева А. А. Туризм на Кубани: состояние и перспективы /А. А. Сычева, А. А. Юрченко //Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор К.Г. Томилин. 2016. – С. 96-99.

6. Хатит Ф.Р. Развитие и продвижение индустрии делового туризма на туристском рынке Краснодарского края / Ф.Р. Хатит, Т.Н. Поддубная, А.А. Шишлаков // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере Материалы IV Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга. – 2018. – С. 318-322.

РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ ПЛЯЖНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

ЗАДНЕПРОВСКАЯ Е.Л.,

канд. экон. наук, доцент,

ЕРЕМИНА Е.А.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

БЯНКИНА О.Н.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность развития инклюзивного туризма объясняется, в первую очередь, ростом численности людей с ограниченными физическими возможностями. Инклюзивный туризм

предусматривает использование туристами определенного спектра туристских услуг без физических ограничений с условием равенства прав, сохранения их чувства собственного достоинства. Услуги для инвалидов должны учитывать не только особые потребности туристов, но и приспособленность туристской инфраструктуры, в том числе пляжной, под нужды гостей.

Цель исследования – обосновать направления развития инклюзивной пляжной инфраструктуры Краснодарского края.

Изложение материалов основного исследования. По данным Министерства здравоохранения РФ по Краснодарскому краю на декабрь 2018 года на территории субъекта проживает 427 142 человека, имеющего инвалидность [5]. Основным условием для успешного развития инклюзивного туризма в регионе является наличие мягкого климата, привлекательного ландшафта, культурно-исторических ценностей, возможность рекреации на побережье двух морей.

Мероприятия по развитию пляжных территорий включены в государственную программу Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» (05.11.2015г), а также программы социально-экономического развития отдельных муниципальных образований Краснодарского края, к которым относятся города-курорты – Анапа, Геленджик, Сочи; районы – Ейский, Приморско-Ахтарский, Темрюкский, Щербиновский. Представленные туристские дестинации ежегодно подвергаются ряду проверок рабочей группой комитета Законодательного Собрания Краснодарского края по вопросам качества услуг санаторно-курортного комплекса и туризма.

За период 2018 года были выявлены сдерживающие факторы развития комфортабельности пляжных территорий: недостаточное количество обустроенных пляжей, нарушение правил природоохранного, водного и земельного законодательства, хаотичная градостроительная деятельность. Слабый мониторинг состояния прибрежной линии со стороны муниципальных

служб привели к возникновению ситуации, при которой на отдельных участках побережья Черного и Азовского морей резко сократились размеры пляжной полосы.

Для маломобильных граждан имеется ряд оборудованных пляжей:

центральный пляж города-курорта Анапы оборудован вспомогательными средствами для передвижения, купания инвалидов (лифт к морю, инвалидные коляски), специализированными кабинками для переодевания и санитарными комнатами;

город-курорт Сочи является не только олимпийской и параолимпийской столицей, но и первым в регионе проектом реализации программы безбарьерной среды. На текущий момент 183 сочинских пляжа соответствуют нормам приема туристов с различными категориями здоровья. Территории оборудованы противоскользящим резиновым покрытием, а также на пляжных зонах дежурят волонтеры для транспортировки инвалидных колясок к морю;

городу-курорту Геленджик у принадлежит 40 полностью оборудованных и отвечающих санитарным требованиям пляжных территорий. Набережная в Геленджике – один из первых объектов, адаптированных на курорте для инвалидов. К прошедшему летнему сезону было оборудовано дополнительно несколько специальных спусков к морю. Действует распоряжение главы, в соответствии с которым все гостиницы и санатории обязаны пропускать инвалидов на свои пляжи;

на территории Туапсинского района побережье оборудовано вспомогательными средствами передвижения и спуска туристов к морю (инвалидные коляски, пандусы, деревянные дорожки);

черноморский город-герой Новороссийск вошел в десятку территорий Краснодарского края, которые должны стать полностью доступными для инвалидов. В списке на реконструкцию 1700 объектов, в том числе пляжи. В этом курортном сезоне самым популярным местом отдыха для колясочников останутся центральный пляж и Суджукская коса. Пляжи оборудованы

пандусами, навесами, дорожками для колясок и тактильными знаками для слабовидящих, звуковыми маяками, а места для купания – тросами с поплавками для тех, кто не умеет плавать. Кроме того, на новороссийских пляжах увеличилось количество лежаков, специально приспособленных для инвалидов-колясочников;

Еский район в 2019 году располагает 22 пляжами, на которых оборудованы специальные просторные кабинки для маломобильных граждан, имеются специальные наземные покрытия, ведущие к морю, а также имеется единственная инвалидная коляска для купания граждан с ограниченными возможностями здоровья;

Темрюкский район отличается наличием специализированных кемпингов для туристов данной категории, однако из-за принадлежности 20-ти метровой прибрежной зоны муниципалитету у кемпингов нет возможности прокладывать специализированные наземные противоскользящие покрытия, поэтому вопросом сопровождения колясочников занимаются сотрудники кемпингов.

Таким образом, в целях развития пляжных территорий Азово-Черноморского побережья Краснодарского края, необходимо провести следующие мероприятия:

улучшить надзор Министерства курортов и олимпийского наследия Краснодарского края за текущим состоянием купальной зоны региона;

разрабатывать схемы развития пляжной зоны края, включая субсидирование для реконструкции, обслуживанию и доступности территорий;

актуализировать Министерством курортов и олимпийского наследия Краснодарского края сведения о пляжах, расположенных на территории Краснодарского края, для включения их в реестр субъектов и объектов туристской индустрии и туристских ресурсов Краснодарского края, а также в реестр недобросовестных пользователей пляжей;

продолжить работу по заключению договоров на размещение объектов благоустройства на землях или земельных участках, находящихся в

государственной собственности Краснодарского края, в целях организации пляжных территорий без предоставления земельных участков и установления сервитутов.

Список литературы

1. ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования
2. Постановление Законодательного Собрания Краснодарского края от 12 июля 2017 года N 3303-П «О развитии пляжных территорий Краснодарского края»
3. Межова, Л.А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и за рубежом [Электронный ресурс] / Л.А. Межова, А.Л. Летин, Л.А. Луговская // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – URL : www.science-education.ru/121-17354 (дата обращения: 10.10.2019)
4. Официальный сайт министерства здравоохранения. [Электронный ресурс]: <https://www.rosminzdrav.ru/> (дата обращения: 10.10. 2019)
5. Официальный сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия, Краснодарского края. [Электронный ресурс]: <https://min.kurortkuban.ru/> (дата обращения: 20.04.2019)
6. Официальный сайт статистических данных Краснодарского края. [Электронный ресурс]: <https://sfri.ru/> (дата обращения: 10.10.2019)
7. Юрченко А.А. Природные условия и ресурсы для развития пляжного туризма как фактора устойчивого развития территории Краснодарского края / А.А. Юрченко, Ю.Б. Рагер, Е.В. Поперняк, О.В. Шпырня, Д.А. Кружков, А.Г. Василяди // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Естественные и точные науки. – Махачкала: Дагестанский государственный педагогический университет, – 2018. – Т. 12. – № 1. – С. 108-114.

ОПЫТ БРЕНДИНГА ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

ЗАДНЕПРОВСКАЯ Е.Л.,

канд. экон. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ДЖУМ Т.А.,

канд. тех. наук, доцент,

кафедра торговли и общественного питания,

ЛАШИН В.С.,

студент 4 курса,

ФГБОУ ВО «Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В статье рассмотрен успешный опыт брендинга курортной территории Краснодарского края на российском и зарубежных рынках, описаны маркетинговые программы, способствующие продвижению туристской территории.

Успешный брендинг отдельной туристской территории свидетельствует о привлекательном имидже региона; способствует привлечению дополнительных инвестиций в инфраструктуру, наращиванию финансового потенциала. Туристский брендинг территории аккумулирует широкий спектр направлений деятельности, позволяет создать устойчивую репутацию бренда территории, который передает комплекс атрибутов потребителю относительно качества, цены и его туристского статуса.

С целью демонстрации успешного опыта брендинга курортной территории Краснодарского края на российском и зарубежных рынках, опишем опыт эффективной работы предприятий туристской индустрии в сфере санаторно-курортного и гостиничного комплекса. Изучение примеров практических

эффективных решений предприятий курортной и гостиничной сферы, позволит создать системы действенного современного маркетинга.

Цель исследования – проанализировать опыт брендинга туристской территории на примере Краснодарского края.

Изложение материалов основного исследования. В 2017 году стартовала маркетинговая программа «Южная здравница», которая была создана Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, с целью доступности отдыха, повышения уровня туристского потока в низкий сезон, увеличения загрузки предприятий санаторно-курортного комплекса в осенне-весенний период. С 1 октября 2017 года до 1 мая 2018 года в программе приняли участие 56 предприятий санаторно-курортного комплекса края. В этот период предоставлялись скидки от 5 до 50% на оздоровительные туры и программы лечения, рассчитанные на 14 или 21 день. Реализация данной программы позволила увеличить туристский поток в низкий сезон на 7-10%.

Маркетинговая программа «Южная здравница» была признана одной из лучших практик по оздоровлению в России и рекомендована Федеральным агентством по туризму для распространения на других курортных территориях страны.

В 2018 году программа «Южная здравница» также стартовала 1 октября и до 1 мая 2019 года. В ней участвуют 70 санаториев, пансионатов с лечением и бальнеолечебниц, расположенных на территории 12 муниципальных образований региона: Анапа, Геленджик, Горячий Ключ, Краснодар, Сочи, Гулькевичский, Ейский, Каневской, Лабинский, Мостовской, Славянский, Туапсинский районы. О доступности туров свидетельствует их стоимость, к примеру, стоимость недельного тура с двумя видами процедур, использованием лечебных природных грязей и минеральной воды, трехразовым питанием составила 9100руб.

Участники данной программы предоставляют комплексные туры по более чем 500 программам оздоровления, подобный широкий спектр услуг позволяет удовлетворить потребности широкого круга потребителей.

С февраля 2018-го года в Краснодарском крае стартовала следующая маркетинговая программа – «Отдых с видом на горы», которая создана с целью организации доступного, качественного отдыха, увеличения туристского потока в горно-предгорные территории края, программа действовала весь год. В ней принимало участие 30 агротуристских комплексов, баз отдыха, гостевых домов и других средств размещения, которые предлагали туристам услуги со скидками от 5 до 40%. Предприятия размещения расположены на территории 8 муниципальных образований края: Горячий Ключ, Новороссийск, Абинский, Апшеронский, Лабинский, Мостовский, Северский и Туапсинский районы.

Туристам предложено свыше 50 коротких туров длительностью 2-3 дня. В рамках программы «Отдыха с видом на горы» отдыхающие принимали участие в рафтинге, рыбалке, экскурсиях по памятникам природы, пользовались программами релаксации, посещали СПА и соляные

Следующий интересный опыт – программа лояльности «Южное гостеприимство», предоставляющая карту гостя. Данная карта гостя бессрочна и предоставляется бесплатно всем желающим воспользоваться услугами предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса региона. Карта гостя оформлена под единым брендом «Курорты Краснодарского края», предусматривает предоставление системных скидок в размере от 10% до 50% отелями и санаториями, кафе и ресторанами, развлекательными и культурными центрами, этно-парками, горноклиматическими курортами, экскурсионными бюро и многими другими объектами туристической индустрии края. В программе участвует более 80 компаний Анапы, Геленджика, Горячего Ключа, Ейска, Краснодара, Новороссийска, Сочи, Темрюка и Туапсе. Карта гостя выдается предприятиями, участвующими в программе. Картой гостя можно пользоваться

в электронном формате, для чего необходимо скачать специальное мобильное приложение.

Выводы. В заключение подчеркнем, что рассмотренные примеры являются свидетельством профессионального подхода с точки зрения формирования и использования возможностей, которые позволяют региону открыть новые уникальные подходы для брендинга туристской территории Краснодарского края.

Список литературы

1. Брендинг города Краснодар. [Электронный ресурс]. URL: https://www.krd.ru/files/econom-razvitie/brend/Branding2015-Group-E_fullversion.pdf (дата обращения: 07.09.2019)
2. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Под. ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
3. Заднепровская, Е.Л. Бренд и брендинг территории как основа территориального развития / Е.Л.Заднепровская, Т.А. Самсоненко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, – 2017. – Т. 1. – № 1-1. –С. 113.
4. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
5. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме/ И.М.Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская Е.Л., Я.В. Коробенко// Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 1. – С. 353-355.
6. Сычева А. А. Туризм на Кубани: состояние и перспективы /А. А. Сычева, А. А. Юрченко //Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания

Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор К.Г. Томилин. – 2016. – С. 96-99.

7. Хатит Ф.Р. Развитие и продвижение индустрии делового туризма на туристском рынке Краснодарского края / Ф.Р. Хатит, Т.Н. Поддубная, А.А. Шишлаков // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере Материалы IV Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга. – 2018. – С. 318-322.

**THE INCREASE OF TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE
DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC BASED ON ENVIRONMENTAL
TENSION REDUCTION AND TRANSITION TO INNOVATIVE FORMS
OF ELECTRIC TRANSPORT**

IBRAGIMOVA A.A.,

4-th year student,

DUBROVSKAYA N.I.,

senior teacher of the Department of Tourism

GOU VPO "Donetsk Academy of Management and Public Administration

under the Head of the Donetsk People's Republic",

Donetsk, DPR

Formulation of the problem in general. The ecological condition of the territory is one of the most important components of its tourist attractiveness. The pristine nature, clean air, the absence of garbage and dirty industries positively affect the tourist image of the territory. Currently, the problems of environment are raised in all countries of the world.

One of the solutions to improve the quality of the environment is the introduction of electric buses into the city transport system with the gradual replacement of traditional transport.

The aim of the study is to consider the world experience in the introduction of electric buses as innovative forms of electric transport to increase the tourist attractiveness of the Donetsk People's Republic and reduce environmental tension in the region.

Presentation of the materials of the main study. Currently, about 2,200 electric buses are being operated on European roads. Comparing with the number of vehicles around the world, of which there are about 400,000 units, this is not so much. Of this number, 99% percent falls on China, where at the moment there is an oversaturation of the electric bus market and by 2025 it is expected to decrease to 80%. According to the Analysis data, by 2025 it is planned to produce about 160,000 electric buses. The second place after China may be occupied by India, as this country has a fairly high potential for development. By 2025, Paris planned to transfer about 3,600 of 4,500 buses to electric traction. By the same year, the share of electric buses in Swedish Gothenburg will reach 95%. By 2037, London plans to completely switch to zero-emission buses. In Brussels, it is planned to implement this plan by 2030.

Russia does not lag behind the world experience and electric buses are gaining popularity in the country. When comparing a trolleybus and a tram, the electric bus does not need contact wires restricting the movement and does not have an exhaust fume emission, unlike ordinary diesel buses. On the roads of the Russian Federation (hereinafter - the RF) similar buses of the future have already appeared. They can be found in Moscow, St. Petersburg, Chelyabinsk, Tyumen, Kazan and many other cities. In addition, an important fact is the use of domestic, rather than foreign electric buses on existing routes. They are produced by such brands as GAZ, LiAZ, KamAZ, Volgabus and Trolza.

Moscow authorities, that control the level of ecology, purchased a batch of 200 electric buses and in September 2018 presented the first regular electric bus to the guests and residents of the city. Outside, there is no fundamental difference from a regular bus, with the exception of the batteries located on the roof and supplying the

electric motor. The electric bus has a top speed of 75 km / h and has a driving range of 70 km. According to the plan of the creators, electric buses will be able to replenish their energy reserves at the terminal stations, where there are special ultra-fast charging stations able to fill the battery charge of the electric bus by 80% for 15 minutes.

In the capital of the Russian Federation, it is planned to replace absolutely all wire trolley buses and trams with the electric buses and stop buying diesel buses by 2021. Last summer, a bus produced by the Volgabus company was tested in Tyumen, it has a range of 220 km (it can work all day when fully loaded) and is designed to charge at night. The use of electric buses has significant fuel saving. The cost of electricity per year will be about 130,000 rubles, not a million, as for diesel bus spending. [1].

There are two main problems in the procurement and use of this type of transport. The first problem is the price. The cost of one electric bus is approximately 25 million rubles, while the price of a regular bus is 7 million rubles. The second problem is the possibility of operation in harsh climatic conditions. Tests in Tyumen in winter at -20 ° C showed that all flights were carried out according to schedule. The battery charge was enough for 80 km. and there were no problems starting after idle. The regular flight of this electric bus is the road from Tyumen to Roshchino Airport. However, the electric bus was still recharged between flights in order to avoid unforeseen situations.

St. Petersburg, too, was no exception, but here, unlike Moscow, they did not completely abandon the wired system, but bought 115 electric buses with dynamic charging. This is a familiar type of trolley bus, only it is equipped with auxiliary batteries, which provide the machine with independent movement in the places, where it is impossible to lay a contact network. The running range of the bus is 60 km, and if the battery is almost empty, you can reconnect to the wires. This type of transport is ideal for remote areas of the city where there is no proper growth and

development of road transport infrastructure or a contact network has not been laid yet [2].

In the Donetsk People's Republic (hereinafter referred to as the “DPR”), there is already ecological transport, such as trolley buses and trams. In order to effectively solve environmental problems in the cities of the region in the future, it is necessary to strive for the experience of the advanced countries in this field. The environmental situation in such a large city as Donetsk cannot be drastically changed in the direction of improvement due to the high technogenic load on the environment, industrial facilities, military operations, the absence of garbage processing plants and other adverse factors.

The introduction of electric buses on the territory of the DPR will have several advantages: ordinary buses have a high sensitivity to the quality of the fuel used, for electric buses it is enough to correctly align the electric current at the substation. Also, it will help reduce the Republic's expenses on fuel for diesel public transport; electric buses are environmentally friendly and do not produce air emissions, which is important for the urban environment; comfort and access. The electric bus works almost silently, it allows to place wi-fi access points and air conditioners inside it. Also, due to the lack of the usual bus structures under it, the floor is completely flat, which makes it easier for people with disabilities to use this type of transport; It is mobile and has an aesthetic appearance.

Conclusion. For the massive use of electric buses in the DPR, it is necessary to create a network of wired or wireless substations for charging batteries. Currently, the introduction of electric buses is an impossible task, but after some time this task can be solved. Progress cannot be stopped and, possibly, in the not so distant future, cheap and super-capacious batteries will appear.

Due to the unstable situation in our region, this issue will be relevant in 10-15 years, but it is necessary to prepare and develop strategies for the implementation of this project now, as this will positively affect the living standards of the population and the tourist attractiveness of the city and the region as a whole .

Bibliography

1. Transport of the future: electric buses in Russia [Electronic resource]. - Access mode: <https://tass.ru/obschestvo/5511985>

2. Launch of electric buses in St. Petersburg [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/03/19/796769-zamenit-avtobusi-elektrobusami>

1. Транспорт будущего: электробусы в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/5511985>

2. Запуск электробусов в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/03/19/796769-zamenit-avtobusi-elektrobusami>

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ИСЛАМОВА А.А.,

студентка 4 курса,

ОВЧАРЕНКО Л.А.,

д-р. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Гостиничная анимация – неотъемлемая услуга, которая способствует повышению степени удовлетворенности постояльцев отелей отдыхом (преимущественно семейного типа). Необычные развлечения, яркие впечатления и разнообразное времяпрепровождение только положительно сказываются на динамике развития туристической сферы на региональном и локальном уровнях. В

настоящее время вопросы качества анимационной деятельности являются предметом внимания специалистов в туризме по всему миру.

Цель исследования. Рассмотреть направления повышения качества анимационных услуг в Донецкой Народной Республике на основе анализа мирового опыта.

Изложение материалов основного исследования. Как отдельное направление, анимационная деятельность появилось не так давно, однако в современном туризме анимация является неотъемлемой частью. В каждом отеле от трех звезд и выше уделяется значительное внимание анимационной сфере для того, чтобы сделать отдых гостей более интересным, ярким и запоминающимся.

Анимация – это своеобразная услуга, преследующая цель повысить качество обслуживания, и в то же время, это своеобразная форма рекламы для повторного привлечения гостей и их знакомых. Анимация в туризме представлена деятельностью по разработке и представлению специальных программ проведения свободного времени. Анимационные программы включают спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, хобби и т.п. [1].

В мировом опыте аниматоры классифицируются на четыре группы: танцевальные, детские, спортивные и универсальные. Все свое рабочее время аниматоры посвящают удовлетворению потребностей гостей, развлечениям и заполнению их досуга. За рубежом и в некоторых регионах Российской Федерации существуют полноценные анимационные команды: это означает, что на базе отдельного отеля работает от восьми до двадцати человек и выше.

Среди аниматоров существует такая должность, как шеф-аниматор. Шеф-аниматор непосредственно принимает участие в анимационной деятельности, одновременно главенствуя над остальными аниматорами. Выше шеф-аниматора стоит такая должность как куратор. В обязанности куратора входит контроль анимационных услуг в нескольких отелях одновременно. Таким

образом, существует определенная и весьма четкая иерархия, в которой предусмотрено, что каждый вышестоящий сотрудник обязательно должен был проработать обычным аниматором, прежде чем быть повышенным в должности.

В Донецкой Народной Республике также функционируют довольно крупные по масштабам деятельности и численности персонала компании, которые оказывают помощь в организации развлекательных мероприятий и оказании анимационных услуг. Однако курорты ДНР пока, к сожалению, не располагают необходимыми ресурсами, чтобы развить эту сферу деятельности на высоком уровне. В курортном поселке Седово только начинает зарождаться анимационная деятельность: в некоторые пансионаты приглашают двух-трех аниматоров для организации досуга, как правило, только детей. Иногда аниматоры выступают в качестве ди-джеев на вечерних дискотеках. Анимационная работа в таких пансионатах заключается в обеспечении досуга детей, чтобы предоставить их родителям больше возможностей для отдыха и рекреации.

В мировой практике к обеспечению отдыха и досуга гостей на базе санаториев, отелей и подобных заведений подходят крайне основательно. Составляется четкий график всех мероприятий, которые будут проводиться аниматорами за определенный период времени. Обычно расписание составляется на две недели – это средний срок пребывания гостей. Соответственно, на курортах Донецкой Народной Республики аниматоры действуют, исходя, как правило, лишь из собственного рабочего опыта и инициативы, а график мероприятий зачастую отсутствует в связи с его ненужностью.

Следующей особенностью является обучение персонала. Аниматор – особый работник, который должен обладать рядом навыков и умений: знаниями в области психологии, танцевальными и спортивными навыками, навыками актерского мастерства, правильной и выразительной речью,

основами химии, физики (для проведения химических и научных шоу), зарубежными языками (для работы за границей), и так далее. Все это способствует оптимизации общения с клиентами, а также обеспечивает безопасность всем людям, которые имеют желание посмотреть или принять участие в данных мероприятиях. Кроме того, аниматор должен быть креативным и творческим человеком, стрессоустойчивым, и уметь находить общий язык с детьми и взрослыми.

В нашем регионе работа аниматора чаще воспринимается как подработка, нежели полноценная профессия. Поэтому часто можно встретить «начинающих» аниматоров, возраст которых еще не достиг совершеннолетия. Это можно рассматривать как негативное явление, так как у данных людей еще не выработалась ответственность к работе и верность основным её принципам. Несмотря на юный возраст, всему персоналу необходимо регулярно проходить обучение и контролировать уровень квалификации, например, в вопросах оказания первой помощи, противопожарной безопасности и так далее. Это применимо ко всем профессиям, однако аниматор, как никто другой, чаще остальных занят с детьми.

Выводы. В общем и целом, в Донецкой Народной Республике имеются необходимые предпосылки для развития анимационной деятельности, поэтому необходимо четко организовать весь процесс оказания анимационных услуг не только в городской среде, но и в курортных местностях, таких как пгт Седово, в период летнего купально-пляжного сезона. Это положительно скажется на качестве туристических услуг в Республике, а, следовательно, отразится на туристическом имидже региона и будет способствовать развитию не только внутреннего туризма, но и въездного.

Список литературы

1.Использование анимационных программ в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/ageeva.htm

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИБРЕЖНОЙ ЗОНЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ИТКИНА А.Р.,
студентка 4 курса,
ОВЧАРЕНКО Л.А.,

д-р. экон. наук, доцент, доцент,
кафедра туризма

**ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР**

Постановка проблемы в общем виде. Состояние прибрежных зон – один из важнейших факторов развития региональной индустрии туризма, что обуславливает необходимость защиты таких рекреационных ресурсов. Во многих регионах мира угроза эрозии пляжей стала дилеммой, решение которой является условием сохранения туристской привлекательности стран и регионов. Качество пляжей является одним из условий туристической привлекательности, поэтому угроза эрозионных процессов во всем мире рассматривается как одна из наиболее значимых.

Одним из решений данной проблемы может стать внедрение новых технологий для предотвращения береговой эрозии.

Цель исследования. Рассмотреть проблему эрозии пляжной полосы и инфраструктурного обеспечения прибрежной зоны Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Прибрежная эрозия – это потеря или смещение земли, или длительное удаление отложений и камней вдоль береговой линии из-за действия волн, течений, приливов, воды, вызванной ветром, водяного льда или других воздействий штормов [1].

Более 70% береговых линий Земли отступают из-за повышения уровня моря. По мере продвижения береговой линии вглубь страны могут разрушаться сооружения, расположенные на побережье или вблизи него. Внешний вид пляжа и его потенциал для рекреационного использования могут пострадать. Чтобы не дать пляжам отступить, необходим импорт песка для заполнения уровня пляжа каждые несколько лет, и каждый раз это требует значительных финансовых затрат. Чтобы понять, как можно укрепить берег, нужно проанализировать из чего он состоит.

Пляж состоит из крошечных камней и отложений (кварц, гранит, полевой шпат, роговая обманка и слюда), которые вымываются из почвы и приносятся на пляжи ручьями и реками. Как только камни и отложения прибывают на пляж, они участвуют в постоянном вращении взбалтывания и колошения друг над другом.

Первичное формирование и развитие пляжа происходит от прибрежного течения. Эти потоки идут параллельно берегу, в результате чего волны ударяются о берег под углом. Когда эти волны разбиваются, они волочат песчинки вверх, а затем зигзагообразно, унося песок.

На пляжные экосистемы может негативно повлиять импорт песка. Скальная броня является возможным решением, но не всегда может использоваться в густонаселенных районах или на туристических курортах из-за своей жесткой структуры [2].

На территории Донецкой Народной Республики существует лишь одно место, предназначенное для пляжного туризма — пгт Седово, который находится на побережье Азовского моря и имеет необходимую туристскую инфраструктуру.

Азовское море – это необычный морской водоем, который характеризуется малой глубиной. Однако штормы, произошедшие в последние десятилетия, вызвали эрозию суглинистых берегов.

На побережье Азовского моря преобладает довольно узкая береговая линия, из-за чего волны находятся в прямом контакте с прибрежными утесками и почвой, вызывая их эрозию. Если средняя скорость эрозии морского побережья колеблется от 0,3 до 2,0 м, то скорость эрозии пляжей Азовского моря возрастает до 1,0-3,6 м в год, являясь достаточно высокой.

Исходя из нормы, волны не должны настолько быстро уничтожать берега Азовского моря. Однако существуют некоторые причины, которые ускоряют данный процесс. Одной из них является то, что частицы почвы, которые реки смывают со своих берегов, оседают на дне водохранилищ, созданных в 1950—1970-х годах. Это является настоящей проблемой, так как из речных наносов формируется материал, с помощью которого волны формируют и наращивают береговую зону [3].

В таких условиях берег можно спасти несколькими способами. Самыми распространенными являются использование волнорезов, создание искусственных галечных пляжей, а также насыпание и намыв песка на береговую линию, но данные методы являются уже несколько устаревшими.

Однако существует инновационный способ – использование продукции компании «Enka Solutions». Enka-G-Bag – это решение для защиты пляжа от эрозии, которое представляет собой чрезвычайно прочные нетканые мешки, предназначенные для наполнения местным песком, который можно использовать в качестве строительного материала. Enka-G-Bag зарекомендовал себя как успешное решение для защиты пляжей, облицовки волнорезов и защиты берегов рек.

Пляж также может быть защищен косвенно путем адаптации течения вдоль пляжа или волнового воздействия на пляж, которое отвечает за эрозию. Enka-G-Tube устанавливается перпендикулярно пляжу, чтобы блокировать течение, что уменьшает силу течения и заставляет песок оседать, а не смываться.

Чтобы влиять на энергию волн на пляже, Enka-G-Tube может быть установлен под водой параллельно пляжу. Это заставляет волны разбиваться раньше, так что часть их энергии будет потеряна, прежде чем они достигнут пляжа. Следовательно, волна оказывает меньшее воздействие на пляж, что снижает эрозию. Нетканый гибкий Enka-G-Bag образует прочную прибрежную зону и береговую защиту. Высокопрочные ткани Enka-Tex, обернутые вокруг нижних слоев и надежно закрепленные обратно в конструкцию, сводят к минимуму локальную деформацию и потерю устойчивости [4].

Данный метод защиты прибрежной зоны является высококачественным и безопасным. Но, к сожалению, финансовые возможности Донецкой Народной Республики на данный момент не позволяют использовать и внедрять такие дорогостоящие технологии.

Выводы. Поскольку состояние пляжей является одним из важнейших условий развития внутреннего и въездного туризма, вопрос о сохранении береговой линии в ДНР стоит очень остро. Использование инновационных методов для предотвращения эрозии поможет сохранить пляжи, что поспособствует увеличению туристического потока в регионе. В текущий период в связи с нестабильной экономической ситуацией Донецкая Народная Республика не может выделить необходимые средства на приобретение дорогостоящего оборудования. Однако планировать принятие мер по защите прибрежной зоны нужно уже сейчас, так как в будущем при положительных внешних условиях это ускорит процессы формирования развитого туристско-рекреационного комплекса в Республике, положительно повлияет на формирование туристского имиджа региона и повысит качество отдыха, как нашего населения, так и иностранных туристов.

Список литературы

1. Прибрежная эрозия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Coastal_erosion

2. Защита и восстановление пляжей от эрозии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://beaches.lacounty.gov/beach-erosion-restoration/>

3. Береговая эрозия Азовского моря [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://teznet.ru/novosti/v_mire/berega-azovskogo-morya-ochen-bystro-razrushayutsya-4376.html

4. Прибрежная и водная инфраструктура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://enka-solutions.com/>

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО И МОЛОДЕЖНОГО ОТДЫХА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

***КАЛИТА А.А.,
магистрант,***

***ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. В Донецкой Народной Республике существует проблема нехватки мест для отдыха и оздоровления детей и молодежи. Большинство детских лагерей находятся в заброшенном состоянии еще с довоенного периода. Нехватка санаториев-профилакториев сказывается на здоровье подрастающего поколения, что чревато проблемами в будущем.

Цель исследования – обосновать необходимость развития детского отдыха, в том числе санаторно-курортного оздоровления, в ДНР.

Изложение основного материала исследования. Детский и молодежный туризм всегда являлся важным сектором туризма, и одним из самых массовых видов отдыха, что объясняется, в первую очередь, его высокой социальной значимостью. Детские программы отдыха призваны расширить кругозор, оздоровить и раскрыть таланты детей [1].

Молодежный туризм также занимает одно из лидирующих мест. Его характерная черта заключается в экономичности: молодые люди готовы

экономить на всем, начиная от транспорта и заканчивая местом проживания и уровнем комфорта. Всё, что их интересует, – это новые впечатления, знакомства, получение новых знаний и испытание новых ощущений.

Условия для организации отдыха молодежи на территории Донецкой Народной Республики сформированы недостаточно. Для отдыха молодых людей необходимо доступное жилье, например, кемпинги или хостелы.

Для развития летнего детского и молодежного отдыха в ДНР необходимо осваивать, кроме Азовского побережья, внутренние водоемы региона.

На данный момент в ДНР существует межведомственная комиссия по вопросам оздоровления детей, в состав которой вошли представители министерств и ведомств. Результатом их работы стало то, что дети из наиболее пострадавших от военных действий районов получили возможность оздоровиться в лагерях Российской Федерации. За период продолжающегося военного конфликта в детских оздоровительных лагерях РФ было оздоровлено около 12000 детей [3]. На данный момент на отдых в лагерях ДНР направляются дети отдельных льготных категорий, но помимо них, значительная часть детей, нуждающихся в отдыхе и оздоровлении хотя бы в летний период, остается неохваченной [2]. Ежегодное оздоровление детей школьного возраста в ДНР представлено в рис.1.

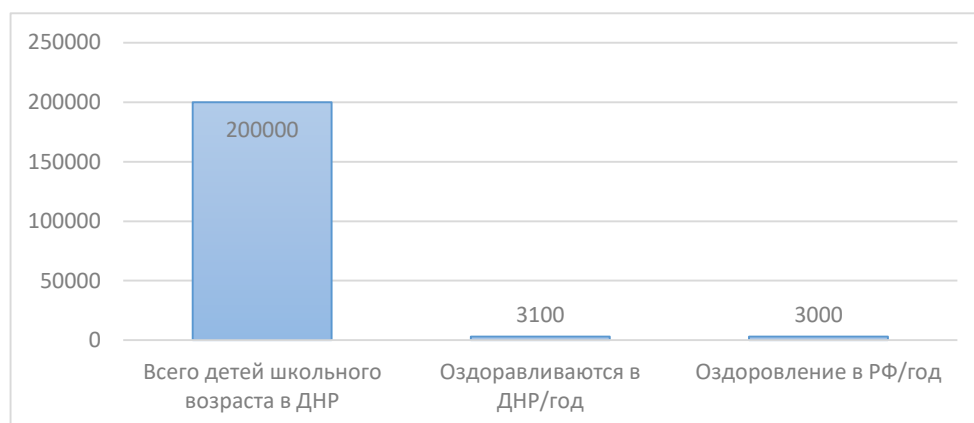


Рис.1. Ежегодное оздоровление детей школьного возраста в ДНР

Таким образом, с 2014 года в РФ были оздоровлены 12000 человек или в среднем около 3000 детей в год. Ежегодно в ДНР, согласно расчетам, могут быть оздоровлены 3100 человек. Учитывая, что численность детей школьного возраста в ДНР приблизительно составляет 200000 человек [2;3], можно сделать вывод что ежегодно в детских оздоровительных центрах, отдыхают и оздоравливаются не более 3% детей школьного возраста.

В настоящее время в Республике функционируют 3 детских лагеря, инициирование работы которых относится к 2015, 2017 и 2018 годам (рис.2).

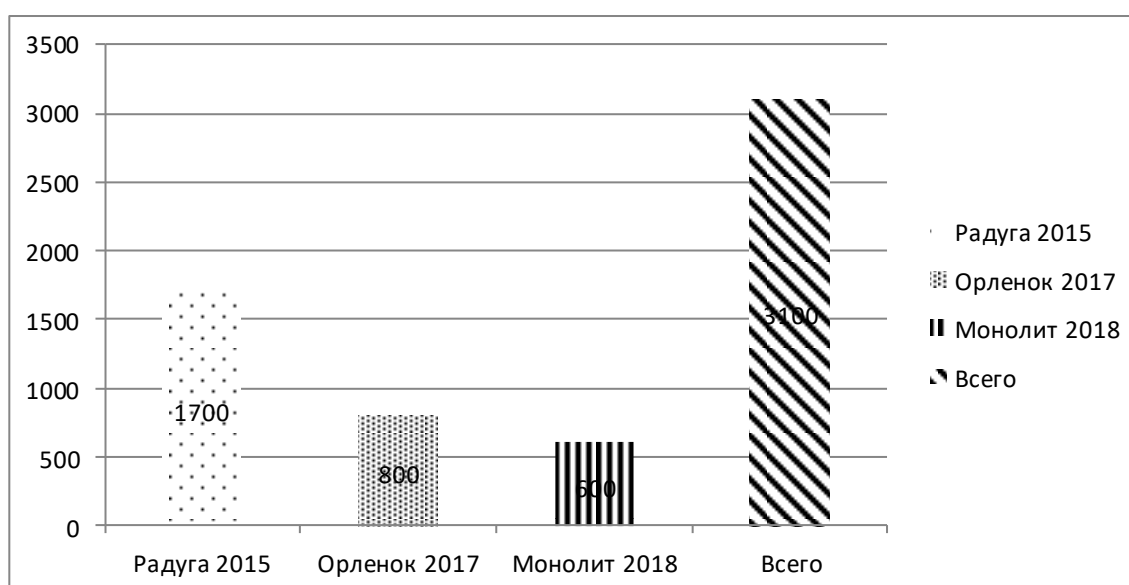


Рис.2. Емкость детских оздоровительных центров в ДНР, чел/год

Рассмотрим подробнее имеющуюся в Республике материально-техническую базу для детского отдыха.

1. Детский оздоровительный лагерь «Радуга» в г. Снежное, который стал первым в Республике детским лагерем. Он может принимать на отдых и оздоровление около 1700 детей в год. Лагерь «Радуга» активно принимает на оздоровление льготные категории детей: сирот и лишённых родительской опеки, детей из республиканских школ-интернатов [4].

2. Лагерь «Орлёнок» расположен в безопасном месте Донецкого края в с. Благодатное (Амросиевский район) на берегу р Крынка. Вместимость лагеря 200 человек. Предусмотрены 4 летние смены.

3. Спортивно-оздоровительный лагерь «Монолит» в пгт Седово. Не многие семьи могут отправить ребенка на отдых по той цене, которая актуальна для данного лагеря на текущий момент, учитывая низкий уровень заработной платы в ДНР. Функционирует лагерь 2 смены, его вместимость составляет 300 человек.

В ДНР есть заброшенные лагеря, например, лагерь «Барвинок» (г. Харцызск), а также малоизвестный, но перспективный для восстановления детский оздоровительный лагерь «Голубые скалы», который находится в 6 км от с. Дмитровка (Шахтерский район).

Выводы. Таким образом, имеющаяся в регионе материально-техническая база для организации детского и молодежного отдыха недостаточна, но в регионе есть перспективы для ее дальнейшего развития.

Список литературы

1. Особенности организации детского и молодежного туризма [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://studwood.ru/1026666/turizm/>
2. Количество школьников в ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vsednr.ru/kolichestvo-shkolnikov-v-dnr-vozroslo/>
3. Дети ДНР отдохнули летом в лагерях России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20150929/1291317351.html>
4. Летние лагеря для детей ДНР в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.donetsk.kp.ru/daily/26836.4/3876307/>

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

КИРИЕНКО О.Э.,
канд. экон. наук, доцент,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Туризм в ДНР сегодня – один из развивающихся секторов экономики. При условии поддержки отрасли государством, значительного притока инвестиций туризм может стать значимым фактором регионального развития. Среди множества факторов эффективного развития туристской отрасли – экономические, политические, географические, демографические, социокультурные и др. Эффективность функционирования отрасли определяется эффективностью работы ее составляющих: туроператоров, турагентств, гостиниц, транспортных предприятий, иных предприятий и отраслей инфраструктуры. Выявление проблем и определение перспективных направлений развития туристической отрасли основывается на объективной оценке ее реального состояния, в связи с чем, актуальным является разработка методических подходов такой оценки.

Цель исследования – изучение имеющихся подходов к оценке эффективности развития регионального туристического рынка и возможности их использования в туристической отрасли Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. В целях оценки состояния туристического сектора экономики региона и выявления направлений его развития, возможности использования имеющегося потенциала целесообразно рассматривать туристическую отрасль как комплекс. Соответственно оценка состояния и эффективности функционирования туристической отрасли также должна иметь комплексный характер.

В соответствии с этим, система оценки должна охватывать непосредственно не только сектор оказания туристических услуг (первичный сектор), но и производство, и реализацию товаров и услуг во вторичном секторе, связанном с оказанием дополнительных услуг туристам на территории региона.

Оценка состояния отрасли предполагает определение ее экономической эффективности, при чем, ряд специалистов рассматривают данное понятие с позиции отдельного предприятия (туристской фирмы, гостиницы, предприятия общественного питания, обслуживающего туристов и т.д.), а другие – с позиции отрасли. Соглашаясь с мнением ряда авторов [1; 2], которые считают, что эффективность – это «максимальное обеспечение потребителей в разнообразных товарах, работах и услугах туркомплекса, отвечающих установленным стандартам качества», приходим к выводу о необходимости проведения исследований в два этапа. На первом этапе осуществляется оценка деятельности туристских предприятий и предприятий туристской инфраструктуры, на втором – дается оценка отрасли в целом. В систему показателей оценки должны быть включены те, которые позволят оценить как количественные, так и качественные изменения. Состояние туристского рынка на уровне субъектов рынка оценивается с позиции прибыльности предприятий туристической индустрии, качества и разнообразия оказываемых ими услуг.

В качестве показателей оценки деятельности отрасли в целом могут быть использованы [1;2]: общее число турпредприятий, годовой турпоток; количество туристов на единицу вместимости мест размещения, коэффициент использования номерного фонда, инвестиции в основной капитал коллективных средств размещения, доля отрасли туризма в валовом региональном продукте, количество туристов на 1000 человек населения, число мест на предприятиях общественного питания, оборот общественного питания на душу населения региона и др.

Вклад отрасли в экономику региона может быть оценен совокупным объемом поступлений денежных средств от туристской деятельности в местные бюджеты предприятий первичного и вторичного секторов, который включает: объем поступлений средств от расходов на туристские услуги; объем поступлений средств от расходов туристов на другие товары и услуги внутри региона; объем поступлений средств от расходов на приобретение туристами потребительских товаров на региональном рынке [2, с. 20].

Подлежит оценке как экономическая, так и социальная эффективность отрасли. Экономическая эффективность определяется отношением результатов функционирования туристского комплекса к полным рациональным затратам совокупности всех предприятий (основных и дополнительных) при условии максимального обеспечения потребителей в разнообразных товарах и услугах, отвечающих стандартам качества.

Показатели социальной эффективности: увеличение благосостояния населения региона, создание и усовершенствование объектов рекреации; сохранение туристических и исторических достопримечательностей, памятников архитектуры; увеличение числа квалифицированных сотрудников; рост занятости населения; увеличение рабочих мест. Развитие туризма стимулирует культурное обогащение местного населения.

Выводы. Использование предложенных показателей для оценки эффективности туристской отрасли в регионе позволит выявить слабые места, определить приоритетные направления государственной поддержки развития отрасли, но при условии наличия необходимой статистической базы (в ДНР пока отсутствует) и доступности ее для пользователя.

Список литературы

1. Порошина О.В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода / О.В. Порошина // Проблемы развития территории. – Вып. 1 (81). – 2016. – С. 79-93.

2. Курченков В.В. Оценка экономической эффективности регионального туристского комплекса / В.В. Курченко, О.В. Фетисова, А.Г. Тютюшева, Е.С. Матина // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3. – 2015. – № 2. – С. 18-24.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

КИРИЕНКО О.Э.,

канд. экон. наук, доцент,

РАДАЕВ Б.Д.,

магистрант,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Индустрия путешествий является важной частью жизнедеятельности граждан во всем мире. Индустрия туризма, как межотраслевой комплекс, благоприятствующий повышению уровня занятости, культурному развитию населения, представляет собой сектор экономики страны, который вносит немалый вклад в развитие государства в целом. Государственное регулирование в сфере туризма решает такие задачи, как создание рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан, привлечение инвестиций в инфраструктуру. В Донецкой Народной Республике сфера туризма развивается, но закон, регулирующий туристическую деятельность, отсутствует, не разработана государственная программа развития отрасли, что является сдерживающим фактором развития туризма в Республике.

Цель исследования – выявить роль, сущность, принципы, опыт государственного регулирования в индустрии туризма на примере Российской

Федерации, и возможность его использования в Донецкой Народной Республике.

Изложение основного материала исследования. Туристическая отрасль тесным образом взаимодействует с другими отраслями народного хозяйства. Необходимость государственного регулирования развития туризма определяется современным состоянием туристского рынка, ролью туризма в экономике страны, особенностями туристского потребления и специфики туристского продукта, его воздействием на другие отрасли народного хозяйства, в частности, на экологическое состояние и социально-культурное развитие страны. Государственное регулирование направлено на обоснование политики занятости, обеспечение роста бюджетных доходов, минимизацию негативных последствий, разработку мероприятий по охране окружающей природной среды [1].

С целью совершенствования системы государственного регулирования туристической отрасли в Донецкой Народной Республике целесообразно изучение опыта Российской Федерации. В этой стране регулирование туристической деятельности базируется на положениях Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и осуществляется в соответствии с такими принципами [2]:

содействия туристической деятельности и создания благоприятных условий для ее развития, что нашло выражение в принятых на федеральном уровне и на уровне субъектов Федерации программ (расходных обязательств) по строительству объектов инфраструктуры туризма, рекламы туристических туров;

формирования представления о стране, как о благоприятной для отдыха и туризма. Это своего рода цель государственной политики в области туризма, но не правовой принцип;

обеспечения защиты и поддержки российских туристов, туроператоров и турагентов [3].

В Донецкой Народной Республике регулирование туристической деятельности сталкивается с рядом проблем, которые тормозят развитие сферы путешествия в целом. Среди них, например:

несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристическую отрасль;

отсутствие поддержки индустрии туризма государством;

отсутствие практики создания субъектами Донецкой Народной Республики благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристическую инфраструктуру.

Для решения выявленных проблем, опираясь на опыт Российской Федерации, необходимо:

четкое и полное правовое регулирование сферы туризма;

защита интересов туристов и их безопасность;

стандартизация в туристической индустрии;

прямые бюджетные ассигнования на разработку и реализацию целевых программ по развитию туризма.

Выводы. В Донецкой Народной Республике достаточно сложная ситуация в сфере отдыха. Низкое качество услуг наравне с другими причинами объясняется отсутствием или недостаточностью нормативно-правового регулирования отрасли туризма. Исходя из вышеизложенного, в регионе необходимо осуществить целый ряд мероприятий по разработке и реализации государственной политики в сфере туризма, что позволит значительно повысить уровень развития туристической отрасли и ее привлекательность для международных контактов, а в дальнейшем будет способствовать привлечению инвестиций в инфраструктуру Донецкой Народной Республики, созданию большого количества рабочих мест и развитию экономики региона в целом.

Список литературы

1. Государственное регулирование туризма. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/36/4132/>

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

3. Огнева С. В. Социально-экономический механизм формирования и обеспечения качества рабочей силы туристской индустрии: монография/под общ. ред. к.т. н., с.н.с., доц. С. В. Огневой. М.: ФГБОУВПО РГУТиС, 2012. –С. 181-243.

ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ

КОНЫШЕВ Е.В.,

канд. географ. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,

г. Киров, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Туризм является крупным мировым экономическим сектором и все больше вносит вклад в национальную экономику путем создания доходов, налогов, твердой валюты, создания рабочих мест и стимулирования регионального развития [11]. Однако, несмотря на положительные воздействия туризма, такие как экономические выгоды, он во многом способствует ухудшению состояния окружающей среды, негативным социальным и культурным воздействиям и фрагментации среды обитания. Эти нежелательные побочные эффекты привели к растущей озабоченности по поводу сбережения и сохранения природных ресурсов, благосостояния людей и долгосрочной экономической жизнеспособности сообществ [8]. С начала 90-х годов 20 века, возникшая концепция устойчивого развития, определила ориентиры для оптимизации уровня жизни жителей путем продвижения местных экономических выгод, защиты окружающей среды и удовлетворения потребностей посетителей для получения высококачественного опыта.

Цель исследования. В 2015 году на Генеральной Ассамблее ООН были озвучены 17 целей устойчивого развития. Это послужило новым стимулом для переосмысления значения туризма в устойчивом развитии. Целью данной статьи является обозначение основных параметров воздействия туризма на устойчивое развитие.

Изложение материалов основного исследования. По нашему мнению, туризм оказывает наибольшее влияние на достижение следующих целей устойчивого развития. Снижение уровня бедности. Туризм в настоящее время относится к крупнейшим отраслям экономики. Во многих развивающихся странах туризм является основным механизмом борьбы с бедностью, вовлекая в эту деятельность большинство местного населения. Обладая огромной вариативностью, туризм предлагает различные варианты трудоустройства, в том числе и для людей с низкой квалификацией. Устойчивый экономический рост потребует от обществ создания условий, позволяющих людям иметь качественные рабочие места, которые стимулируют экономику, не нанося вреда окружающей среде. Возможности трудоустройства и достойные условия труда также необходимы для всего населения трудоспособного возраста. Однако, формирование моноэкономики необратимо усиливает риски финансовых кризисов. Поэтому важным является обеспечение сбалансированного развития с учетом интересов местных сообществ [10].

Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех возрастных групп имеет важное значение для устойчивого развития дестинации. Изучение потребностей в здоровом образе жизни и устранение сдерживающих факторов позволяет обеспечивать вовлечение в туристско-рекреационную деятельность большего количества людей. Безусловно данный процесс позволяет получить и значительные экономические выгоды вследствие повышения работоспособности и активной профессиональной деятельности. Туризм предлагает множество форм и видов активности. Пристального внимания заслуживает опыт организации самостоятельного спортивно-

оздоровительного туризма, который можно назвать феноменом нашей страны [4].

Одной из ЦУР является «Получение качественного образования». Достижение этой цели является основой для улучшения жизни людей и устойчивого развития. Туризм, безусловно, формирует знания, умения и навыки, необходимые для повышения качества жизни населения. Образовательный потенциал туризма сложно переоценить, он формирует те компетенции, которые делают наше общество более гармоничным [1].

Гендерное равенство является не только одним из основных прав человека, но и необходимой основой для мирного, процветающего и устойчивого мира. Более того, в некоторых странах, женщины и девочки по-прежнему страдают от дискриминации и насилия. Зарубежные исследования, направленные на изучение данной проблемы особо подчеркивают необходимость выравнивания оплаты труда и изменению отношения к вопросам гендерного неравенства [9].

Нехватка воды, плохое качество воды и неадекватные санитарные условия негативно влияют на организацию туристско-рекреационной деятельности и формируют негативный туристский опыт. Эта проблема так же актуальна для развивающихся стран, но с этой проблемой могут в ближайшем будущем столкнуться и другие страны. Туризм, так же как и остальные сферы экономики, должен минимизировать негативные проявления, ведущие к загрязнению окружающей среды. Однако, туризм оказывает существенное влияние на природную среду, и в том числе на климат [3]. Изменение климата в настоящее время затрагивает все страны на каждом континенте. Реализация Парижского соглашения имеет важное значение для достижения ЦУР и обеспечивает дорожную карту для действий в области климата, которые уменьшат выбросы и создадут климатическую устойчивость.

Туристские дестинации проходят в своем развитии несколько стадий. Изначально усилия местных властей направлены на повышение туристского потока. Что в последующем может привести к его неконтролируемому росту и

обострению ряда проблем, особенно в городах. Общие городские проблемы включают в себя заторы, нехватку средств для предоставления основных услуг, нехватку адекватного жилья и упадок инфраструктуры. Негативное отношение местных жителей лишь часть общей проблемы [2]. Необходим компромисс, поскольку будущее, которое мы хотим, включает города возможностей для всех, с доступом к основным услугам, энергии, жилью, транспорту и многому другому. Внедрение экосберегающих технологий, повышение эффективности использования ресурсов и энергии, формирование экологически нейтральной инфраструктуры и обеспечение доступа к экологически чистым местам обеспечивает реализацию цели «Устойчивое потребление и производство». Внедрение «зеленых технологий» становится мощным конкурентным преимуществом организаций [6].

Развитие туризма стимулирует развитие инфраструктуры. Инвестиции в инфраструктуру – транспорт, ирригацию, энергетику и информационные и коммуникационные технологии - имеют решающее значение для достижения устойчивого развития и расширения прав и возможностей сообществ. В последние годы основным подходом, применяемым, в том числе и в России, является кластерный подход [7].

Однако, формирование успешной программы устойчивого развития требует особых партнерских отношений между правительствами, частным сектором и гражданским обществом. Это всеобъемлющее партнерство, основанное на принципах и ценностях, общем видении и общих целях, которые ставят людей и планету в центр, необходимы на глобальном, региональном, национальном и местном уровнях. Туризм обладает огромным интегрирующим потенциалом, он способен наладить диалог между всеми заинтересованными сторонами [5].

Выводы. Таким образом, туризм обладает мощным потенциалом и набором механизмов, позволяющих решать большинство целей устойчивого развития. В настоящее время туризм часто рассматривается как сфера

деятельности, направленная на переориентацию социальных систем и поведения на широкий и интегрированный путь к устойчивому развитию.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Образование и туризм: аспекты взаимодействия // Информационный гуманитарный портал Знание. Понимание. Умение. – 2016. – № 1. – С. 35-45.
2. Александрова А.Ю. Сверхтуризм и туризмophobia в европейских городах-дестинациях (кейс Барселоны) // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – Т. 12. – № 4. – С. 56-68.
3. Бондарович А.А., Силантьева М.М., Шибанова А.А. Основные направления воздействия туризма на природную среду и оценка рекреационной нагрузки в странах Европы // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – № 1 (17). – С. 80-84.
4. Герасимов С.В., Конышев Е.В. Феномен спортивно-оздоровительного туризма // В сборнике: Туризм в глубине России Сборник трудов III Международного научного семинара. – 2014. – С. 60-66.
5. Древицкая И.Ю., Клейнер Я.С. Развитие туризма как фактор формирования позитивного имиджа Донбасса // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т. 11. – № 1. – С. 97-104.
6. Ирза Л.В., Пономарев К.Н., Андрианова Ю.Е. «Зелёные отели» - экологические перспективы будущего // Ученые записки ИСГЗ. – 2012. – Т. 10. – № 2. – С. 67-78.
7. Кружалин В.И., Киякбаева Е.Г. Современные проблемы и тенденции в российском туризме // Географический вестник. 2017. № 4 (43). С. 146-153.
8. Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27, 1274–1289.
9. Cukier, J. (2002). Tourism employment issues in developing countries: Examples from Indonesia. In R. Sharpley, & D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and*

development, concepts and issues (pp. 165–201). Clevedon: Channel View Publications.

10. Liu, G., Liu, Z., Hu, H., Wu, G., & Dai, L. (2008). The impact of tourism on agriculture in Lugu Lake region. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 15, 3–9.

11. De Sausmarez, N. (2007). Crisis management, tourism and sustainability: The role of indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 700–714.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГОСТЕЙ В ГОСТИНИЦЕ

КОРЕНЕВА М.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ВАЛЮЖЕНКО А.Е.,

обучающаяся 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Система гостеприимства исходит из древнейших традиций, присущих практически любой общественной формации и истории человечества - уважения гостя, торжества его приема и обслуживания. Отправляясь в туристическую поездку либо в командировку по служебной надобности, каждый человек неизменно сталкивается с необходимостью найма жилого помещения на период поездки. В таких случаях на помощь приходят специальные предприятия – гостиницы, которые предоставляют потребителям соответствующие услуги [3]. Однако в РФ уровень обслуживания иностранных гостей в гостиницах остается невысоким.

Цель исследования – обосновать направления совершенствования процесса обслуживания иностранных гостей в гостиницах.

Изложение материалов основного исследования. Граждане разных стран приезжают в Российскую Федерацию на отдых, для деловых встреч, переговоров, участия в конгрессах, фестивалях, спортивных соревнованиях, на лечение. Туры на обслуживание иностранных туристов продаются различными туристическими агентствами, фирмами нашей страны, а также через туристические фирмы, транспортные компании за границей. Иностранные туристы путешествуют группами и индивидуально. В зависимости от цели путешествия, характера и объема. Для того, чтобы иностранные гости чувствовали себя как дома, получая качественные услуги, необходимо знать из какой страны гость, его национальные особенности и предпочтения[5].

В качестве иностранных гостей могут быть:

Американцы, которые предпочитают двухкомнатный номер. Номер должен быть оснащен ванной, туалетом, телевизором и мини-баром. Также гости из США оценят предложенный им номер для некурящих. При обслуживании таких гостей важно хорошо владеть английским языком. О дополнительной оплате за услуги, не включенные в стоимость номера, следует предупредить заранее. Гости из Южной Америки имеют высокие требования к гигиене, они часто пользуются ванной комнатой, поэтому наличие ванной комнаты в номере приветствуется. Латиноамериканцы поздно ложатся спать и поздно встают. Предпочитают одеяла из хлопка. От персонала отеля ожидают дружелюбное общение и культурное обслуживание.

Арабские гости путешествуют индивидуально или с семьей. От обслуживания ожидают дружелюбной атмосферы, доброжелательности, готовности помочь и предупредительности. Персональная безопасность очень важна для арабских гостей. Как правило глава семьи разговаривает на английском языке и ожидает того же от персонала гостиницы.

Гости из Австралии и Новой Зеландии – очень общительные, предпочитают оплачивать все одним счетом. Таких гостей принято считать индивидуалистами. Им не стоит предлагать то, что положено предлагать всем туристам. Сердечность, хорошее настроение и дружелюбность в сервисе для них играют немаловажную роль.

Бельгийцы, не много владеющие немецким языком, предпочитают уютные семейные отели 3- и 4-звезд. Это индивидуалисты, которые предпочитают сами заниматься организацией своего досуга, но при этом оценят хороший совет сотрудника. Гости из Великобритании при выборе места для отдыха обращают внимание на комфортабельность и удобства, от сотрудников ожидают доброжелательности, надежности и пунктуальности. В номере должен быть мини-бар, в котором должны присутствовать виски и лед. Предпочитают настоящую двуспальную кровать. Британцы хотят, чтобы с ними разговаривали по-английски.

Гости из Франции являются выраженными индивидуалистами. Они ценят возможность поздно вставать по утрам и поздно ложиться вечером. Французы очень интересуются культурой, активно посещают музеи, выставки и концертные программы. Молодое поколение говорит на английском языке, пожилые люди будут благодарны сотрудникам отеля, если смогут произвести беседу на французском языке. Туристы из Греции чаще останавливаются в семейных пансионах, а не в больших отелях. Они предпочитают иметь красивый вид из окна. Греки любят поздние ужины. Греки часто курят, поэтому номера для не курящих не пользуются большим спросом. Отопление в гостевой и спальне считают чрезмерным. Пуховое одеяло им не нужно. Большое значение уделяется ванной комнате, в которой обязательно должна быть ванна. Греки хорошо говорят на немецком языке, а также на английском. Пожилые греки говорят на французском.

Гости из Нидерландов, как правило, сами организуют свое путешествие и ездят на автомобиле. Большое значение для них имеют первозданная природа,

ландшафт, сохранение живой природы. Они с удовольствием и хорошо говорят на английском языке, а также на немецком, французском и испанском [1].

Гостиница является предприятием, деятельность которого направлена на обслуживание отечественных и иностранных гостей. Поэтому неукоснительным правилом для персонала является уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми. Гордостью любой гостиницы является персонал, способный говорить на языках и производить хорошее впечатление на гостей уровнем своих знаний и гибкостью общения. Мировой опыт развития гостиничного и туристского бизнеса свидетельствует, что эта отрасль должна сама нести ответственность за разработку и поддержку структуры профессионального обучения для индустрии гостеприимства в целом.

Необходимо обучать персонал иностранным языкам для более комфортного взаимодействия гостей с коллективом. Персонал должен владеть следующими фразами профессиональной направленности:

- Good morning! - Доброе утро!
- Good afternoon! - Добрый день!
- Good evening! - Добрый вечер!
- Good night! - Доброй ночи!
- When may I clean your room? - Когда можно убрать вашу комнату?
- May I clean your room? - Можно ли убрать ваш номер?
- If you have any questions please call to the reception 1121 - Если у вас возникнут какие либо вопросы - звоните на ресепшен 1121.
- May I prepare your room for the night? - Можно ли приготовить ваш номер ко сну?
- How many towels do you need more? - Сколько еще вам нужно полотенец?
- Do you need extra bed? - Вам нужна дополнительная кровать?
- Do you need another (one more) bottle of water? - Принести еще одну бутылочку воды?

- I'll send someone up to repair it straight away.- Я пришлю кого-нибудь, чтобы отремонтировать это сразу.

Для этого в отеле могут проводиться специальные обучающие тренинги. Проводить обучение может как начальник службы, так и профессионал, не работающий в отеле.

Проанализировав причины возникновения проблем при выходе услуг гостиницы на зарубежные рынки, можно также предложить несколько рекомендаций по разработке специальных знаков внимания для иностранных гостей, так как при их обслуживании в гостинице необходимо учитывать национальные особенности, традиции, привычки, образ жизни гостей из других стран. Знание национальных особенностей может помочь понять дальнейшее поведение клиента[2].

К знакам внимания можно отнести приветствие гостя на его национальном языке, сувениры национального колорита в подарок (матрешки, русский шоколад, открытки с достопримечательностями города), сувениры с логотипом гостиницы (ручки, майки, кепки, флажки), настольные флажки в номере.

Также у каждого народа существуют свои, исторически сложившиеся особенности питания. Они связаны с географическим положением, историей страны, ее экономикой, с народными традициями и вероисповеданием. Эти сложившиеся особенности, обычаи, вкусы, привычки следует по возможности учитывать при организации обслуживания иностранных туристов[4].

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что для полноценного и качественного обслуживания гостей, необходимо знать и следовать предпочтениям каждого из них. Учитывать их интересы важно для высокого уровня обслуживания, а также сделать максимально удобным, приятным и комфортабельным пребывание в отеле.

Список литературы

1. Баркая И. К. Специфика работы с иностранными туристами с учётом их менталитета / И. К. Баркая, М. В. Коренева, Н. С. Леонтьева // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России. – 2019. – С. 412-415.
 2. Заднепровская Е. Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова, Т. А. Джум, А. В. Казалиева // Финансовая экономика. – 2019. – № 4. – С. 615-619.
 3. Коренева М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. - Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
 4. Пампура Б. А. Использование маркетинговых методов для привлечения иностранных туристов / Б. А. Пампура, О. В. Шпырня // Тезисы докладов XXXXIII научной конференции студентов и молодых ученых КГУФКСТ. – 2016. – С. 121-122.
- Трифонова В. Д. Развитие въездного туризма путем привлечения иностранных туристов к объектам олимпийского наследия Сочи / В. Д. Трифонова, А. Д. Сабурова, Е. Л. Заднепровская // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – 2018. – С. 293-294.

РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

КОРЕНЕВА М.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ЕФРЕМОВА В.Е.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время детский туризм представляет собой одно из важных направлений туризма в субъектах Российской Федерации, в том числе и в Краснодарском крае, поскольку он выступает в качестве эффективной технологии, которая способствует формированию и поддержанию здорового образа жизни подрастающего поколения, развитию его духовно-нравственных качеств и мыслительных способностей, активной нравственной и жизненной позиции, что, кроме прочего, указывает на социальное значение детского туризма.

Цель исследования - проанализировать развитие детского туризма в Краснодарском крае.

Изложение материалов основного исследования. Согласно мнению различных специалистов, детский туризм представляет собой сферу, которая включает в себя как традиционные элементы туристической индустрии, так и интегрирует множество других направлений и участников, разрабатывающих, формирующих, реализующих, приобретающих и потребляющих туристский продукт и услуги. В этой связи детский туризм играет важную роль в индустрии туризма. Основными задачами направления являются оздоровление молодежи, знакомство с культурой и историей страны, прививание нравственных ориентиров [6].

Детский туризм – это особая форма туризма, так как участниками являются лица, не достигшие совершеннолетия. С каждым годом данное направление становится все более востребованным, в связи с этим данный вид туризма нуждается в практических разработках и рекомендациях для усовершенствования работы. Детский отдых играет огромную роль для государства, так как воспитание культурного, образованного и здорового поколения – один из главных приоритетов России [1].

Так, например, в своей научной работе Е. А. Маслаковой представляет детский туризм как направление, в котором потребителями являются 7 – 17 летние дети, путешествующие для отдыха, с оздоровительными, образовательными и другими целями, сопровождаемые инструктором – проводником или руководителем туристской группы. То есть сфера детского туризма имеет широк спектр предоставления услуг: поездки на мероприятия с образовательными, спортивными, культурными, экскурсионными и оздоровительными целями.

На сегодняшний день детский туризм может быть различной направленности. Его классификация представлена в таблице [1].

Таблица

Современная классификация детского туризма в Российской Федерации

Вид туризма	Описание
Внутренний туризм	Организация экскурсий для школьников, участие в туристско-спортивных мероприятиях, познавательных и рекреационных детских турах, осуществление самостоятельного школьного обмена, оздоровление и отдых в детских лагерях
Выездной туризм	Организация образовательных, деловых и поощрительных поездок для талантливых подростков, победителей и призеров конкурсов, олимпиад и т.д.; выездов в международные оздоровительные детские центры

В настоящее время в России существуют как коммерческие (туристские фирмы, туристские базы и частные лица, работающие со школьниками), так и некоммерческие организации (государственные и муниципальные органы

управления, общественные объединения, государственные и муниципальные учреждения образования) [5].

Краснодарский край занимает лидирующие позиции по развитию детского отдыха Российской Федерации благодаря наличию большого количества детских лечебно – оздоровительных центров и санаториев, которые предлагают туристические программы и принимают детей со всех регионов нашей страны. Все без исключения центры имеют познавательно – развлекательные программы, которые ориентированы на те или иные способности и увлечения детей. Эти программы включают в себя посещение разнообразных экскурсий, проведение научно – познавательных мероприятий, активный отдых и т.д. [7].

Самым популярным направлением является отдых в детских лагерях на побережье Черного моря. В тройку лидеров входят такие города. Как Анапа, Геленджик и Сочи. Но в последнее время активную тенденцию развития приобретают лагеря, которые находятся в небольших населенных пунктах (например, Лазаревское, Джубга, Сукко, Ольгинка и др.) [3].

По данным министерства труда и социального развития Краснодарского края по состоянию на 2019 год на территории региона расположено девяносто три детских стационарных загородных центра круглогодичного и сезонного пребывания, семнадцать детских стационарных санаторно-оздоровительных центров круглогодичного и сезонного действия и шесть детских санаториев [2].

Также сегодня в Краснодарском крае возрождены плановые многодневные маршруты, палаточные туристские лагеря, однодневные активные туры или походы выходного дня. Еще одним перспективным направлением детского образовательного туризма является этнотуризм. Ярким примером служит станица Атамань в Темрюкском районе, где можно наблюдать джигитовку казаков, познакомиться с местными традициями и обычаями, попробовать свои силы в кузнечном деле и насладиться традиционной кухней. Относительно новым в индустрии детского туризма является агротуризм, который предлагает

ознакомительные экскурсии по аграрным предприятиям края, позволяющим познакомиться с их функционированием и продукцией[3].

В настоящее время происходит развитие туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края быстрыми темпами, количество участников детского туризма с каждым годом возрастает. Но для того чтобы охватить еще больший процент аудитории, необходимо постоянно совершенствовать разнообразие и увлекательность маршрутов, должным образом оснащать юных туристов, подготавливать высококвалифицированных кадров и соблюдать безопасность на маршрутах [5].

Но несмотря на природно-рекреационный и историко-культурный потенциал, развитие школьного, массового туризма в крае на сегодняшний момент сопряжено с определёнными проблемами и трудностями. Одной из самых главных является высокая стоимость тура детского отдыха. И пока законодательно это не будет решено, цена будет продолжать расти, и как следствие может вызвать такую ситуацию, что родители будут неспособны пользоваться услугами отечественных лагерей. Также дополнительной трудностью является то, что большая часть детских оздоровительных центров, состоящих в государственной или ведомственной принадлежности, получают финансирование по остаточному принципу. Органы государственного управления, а на сегодняшний день это муниципальные власти, не способны выделять средства на их функционирование и содержание. Потому эти детские учреждения не работают и приходят в негодность [4].

Помимо выше обозначенных проблем на современном этапе развития в детском туризме существует отсутствие дифференциации предлагаемых услуг, в связи с чем становится необходимым расширение спектра турпакетов услуг и предложений и их категориальное разложение от бюджетных до vip-предложений.

Выводы. В заключении следует отметить, что развитие детского оздоровительного туризма имеет большое социальное и экономическое

значение: это поддержание и развитие российских традиций, воспитание у детей патриотизма и любви к Родине, а также духовное и социальное развитие детей [6].

Список литературы

1. Детский туризм: основные понятия, классификация видов и особенности организации: [Электронный ресурс] URLhttps://bstudy.net/693250/turizm/detskiy_turizm_osnovnye_ponyatiya_klassifikatsiya_vidov_osobenno_sti_organizatsii (дата обращения 22.09.2019).
2. Министерство труда и социального развития Краснодарского края: [Электронный ресурс] URL<http://sznkuban.ru/semeynaya-politika/ozdorovlenie-i-otdykh-detey-v-krasnodarskom-krae> (дата обращения 22.09.2019).
3. Молодежный и детский туризм в Краснодарском крае – новые направления развития: [Электронный ресурс] URLhttps://revolution.allbest.ru/sport/00634139_0.html (дата обращения 22.09.2019).
4. Ползикова Е. В. Состояние и перспективы развития экскурсионного туризма в Краснодарском крае / Е. В. Ползикова, Д. М. Михайличенко, О. Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий. – 2019. – С. 75-78.
5. Сметанкина А. А. Анализ нововведений в сфере социального туризма в Краснодарском крае за последние годы / А. А. Сметанкина, Е. Л. Заднепровская // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа Материалы конференции. – 2018. – С. 286.
6. Современный детский туризм: [Электронный ресурс] URL<https://glonasstravel.com/destination/vidy-semejnogo-turizma/detskij-turizm>(дата обращения 22.09.2019).
7. Юрченко А. А. Природные условия и ресурсы для развития пляжного туризма как фактора устойчивого развития территории Краснодарского края / А. А. Юрченко, Ю. Б. Рагер, Е. В. Поперняк, О. В. Шпырня, Д. А. Кружков, А.

Г. Василиади // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Естественные и точные науки. – 2018. – Т. 12. – № 1. – С. 108-114.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ОТДЫХА ЖИТЕЛЕЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

***КОЦУР А.В.,
магистрант,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. Перед жителями Донецкой Народной Республики каждый год стоит вопрос, куда же направиться отдыхать в этом году. Туристские фирмы предлагают различные маршруты и направления с дифференцированной ценовой политикой, отвечающей разным возможностям туристов. Но с каждым годом вариант организации и осуществления путешествий самостоятельно становится все более популярным и превращается в заметное социально-экономическое явление.

Цель исследования – рассмотреть проблемы организации самодеятельного отдыха жителей ДНР.

Изложение материалов основного исследования. Современный туризм ассоциируется с удовольствием, отдыхом, досугом и развлечением. Однако каждый человек представляет себе самодеятельный туризм индивидуально (в зависимости от возраста, образования, жизненного опыта, семейного положения, доходов и других факторов). С момента своего возникновения самодеятельный туризм активно развивается, приобретая новые формы и направления. Имеющийся потенциал самодеятельного туризма может и должен служить интересам ускорения развития внутреннего и въездного туризма в

государстве, однако данные возможности не всегда видны и часто не используются.

Между тем, самостоятельная организация путешествий инвалидов и «добровольных» групп (семья, друзья) требуют определенных знаний и умений. У туристических посредников (туроператоров, турагентов) могут приобретаться отдельные услуги, облегчающие планирование, организацию и осуществление поездки (бронирование билетов на транспорт, бронирование домов отдыха и т.д.).

Самостоятельный туризм неуклонно развивается под влиянием объективных факторов. К экономическим факторам, положительно воздействующим на развитие индивидуального туризма, можно отнести: рост доходов населения и соответствующее изменение структуры потребительских расходов; усиление конкуренции на рынке туристских услуг и как следствие, развитие предложений индивидуальных путевок [1].

Положительные факторы самостоятельного туризма – существенная экономия средств, подбор индивидуального маршрута и выбор только необходимых услуг, свобода передвижения и отсутствие графика путешествия.

Отрицательные – отсутствие гарантий, которые предоставляют организаторы поездок; высокая степень риска возникновения неблагоприятных последствий, неактуальность данных в интернете (неинтересная, и устаревшая информация); слаборазвитая инфраструктура для передвижения; низкий уровень сервиса.

Территория Донецкой Народной Республики обладает значительным потенциалом для отдыха и оздоровления ее жителей, но большинство туристско-рекреационных территорий не используются по причине, отсутствия необходимой инфраструктуры или отсутствия условий для отдыха.

Жители ДНР в связи со сложившейся военной ситуацией находятся в состоянии повышенного стресса, что влияет на трудоспособность, качество

работы, и обуславливает необходимость восстановления физических и духовных сил на основе туристско-рекреационной деятельности.

На территории Республики есть доступ к Азовскому морю, а также многочисленные внутренние водоемы. В ДНР для самостоятельного туризма отдыхающие, как правило, выбирают пгт Седово и село Безыменное, где есть непосредственный выход к морю. За пределами территории Республики туристы посещают Украинские курорты (Урзуф, Мелекино, Святогорск и т.д.), и курорты Российской Федерации (Крым, Таганрог, Новороссийск) [2].

Не все жители Республики по разным причинам (финансовой, политической и др.) могут выехать за ее пределы, поэтому значительное количество туристов предпочитают отдыхать в пгт Седово.

Структура расходов самостоятельно организованной поездки в Седово выглядит следующим образом:

затраты на питание (в точках общепита или покупка продуктов питания для самостоятельного приготовления пищи);

аренда номеров в пансионате, домов (индивидуальные средства размещения);

билеты на транспорт или затраты на топливо для частного автотранспорта;

приобретение сувениров;

посещение музеев, аттракционов;

прочие затраты (поездка на катамаране, водные аттракционы и др.)

В ДНР в пгт Седово в год отдыхает порядка 70 тыс. человек включая размещение в частном секторе. Вместе с тем, в Республике появилась тенденция острого дефицита на койко-места в период сезона. Это привело к резкому удорожанию туристско-рекреационных услуг, и в последующем к росту численности выездов жителей Республики за пределы региона с целью отдыха и рекреации. Не даром появилась популярная шутка «Отдыхать в Крым едут те, у кого не хватает денег на Седово». Данная шутка имеет значительную долю правды, при низком качестве предоставляемых услуг в Седово цены стали

одинаковыми и даже превысили аналоги с ближайшими регионами (РФ, Абхазия, Крым и т.д.). В сложившейся ситуации, можно выделить следующие составляющие для совершенствования системы самодеятельного отдыха жителей ДНР: необходимо повысить качество туристско-рекреационных услуг за счет формирования дополнительных койко-мест в коллективных средствах размещения; предоставление для отдыхающих не только основных, но и сопутствующих услуг; развитие инфраструктуры развлечений и др.

Данные предложения естественным образом повлияют на ценовую политику в сфере туризма, и решат проблему ажиотажа на внутренние туристско-рекреационные услуги в летний период.

Выводы. Самодеятельный туризм не требует больших финансовых вложений; самодеятельный туризм является массовым, и не имеет ограничений по возрасту, способен удовлетворять различные потребности и интересы людей. Необходимость самому готовить маршрут и осуществлять его на практике вырабатывает активную жизненную позицию, умение выходить из сложных ситуаций, что особенно актуально в молодежном отдыхе.

Для развития внутреннего туризма в ДНР необходимо решать вышеперечисленные проблемы на государственном уровне. В Республике необходимо разработать стратегию внутреннего туризма и программы по ее реализации. Только с учетом всех перечисленных мер, можно избежать в будущем роста отрицательного туристского сальдо.

Список литературы

1. Экономический потенциал самодеятельного туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/lepeshkin.htm
2. Овчаренко Л.А. Эффективное использование туристско-рекреационного потенциала ДНР (на примере организации летнего купально-пляжного отдыха) / Актуальные проблемы управления в современных

условиях: сб. материалов респуб. конф. – студ. и молод. – учен. 11 - 12 апреля 2018 г., г. Донецк, 2018. – С. 414 – 660.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

КРИЦЫНА А.С.,

магистрант,

ШЕПИЛОВА В.Г.,

канд. экон. наук, доцент, зав.кафедрой,

кафедра туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Территория Донецкой Народной Республики сочетает в себе наличие рекреационных ресурсов, культурных, природных и других достопримечательностей. Все это предопределяет необходимость и возможность развития приоритетных направлений внутреннего туризма на региональном уровне. Повышение социально-экономической значимости туризма обуславливает необходимость поиска новых возможностей для его развития в регионе. В настоящее время существуют объективные предпосылки для формирования механизма государственно-частного партнерства, который позволит привлечь частные инвестиции в экономику Республики, реализовать социально-значимые проекты в сфере туризма. Исследование теоретических основ решения этих проблем на государственном уровне в форме государственно-частного партнерства (ГЧП) является актуальным.

Целью исследования является разработка теоретических основ развития государственно-частного партнерства как одного из эффективных

инструментов мобилизации внутренних резервов для повышения инвестиционной привлекательности туризма в регионе.

Изложение материалов основного исследования. Одним из важных направлений формирования и реализации инновационного подхода в туризме является развитие различных форм государственно-частного партнерства между наукой, государством, образованием и бизнесом [2], при этом наука берет на себя аналитическую функцию (прогнозы, экспертиза, фундаментальные и прикладные исследования). Государству должна отводиться роль создания инновационного климата, законодательное обеспечение, бюджетное финансирование, налоговое стимулирование. Сфера образования занимается профессиональными компетенциями, как для бизнеса, так и для государственных служащих (подготовка специалистов, менеджеров, повышение квалификации). Бизнес должен осваивать инновационно-инвестиционные проекты, рыночные ниши, обеспечивать финансовыми ресурсами. Туристскими объектами концессионного соглашения могут быть объекты государственной собственности (объекты культуры, спорта, используемые для организации отдыха населения и туризма, объекты санаторно-курортного лечения, а также транспортная, инженерная и социальная инфраструктура). Это свидетельствует о том, что государство может предлагать достаточно большое количество проектов в сфере туризма для совместного развития с бизнесом.

Реализация модели взаимодействия государства и бизнеса в рамках государственно-частного партнерства является жизненно-необходимым условием привлечения инвестиций как иностранных, так и внутренних в ДНР. Это модель должна быть прописана в Стратегии приоритетных направлений развития внутреннего и въездного туризма на 2021-2025гг, в частности, государственно-частное партнерство в этом документе должно рассматриваться как эффективное взаимодействие органов власти, туристского бизнеса,

научных и образовательных организаций в реализации туристских программ и проектов, увеличения туристских потоков на внутреннем рынке.

В настоящее время в Республике процесс создания правовой среды государственно-частного партнерства находится на стадии формирования. В ДНР в 2017 г. принят Закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве», который направлен на привлечение инвестиций в экономику ДНР [1]. Для его действенности в реальных условиях Законодательство о государственно-частном и муниципально-частном партнерстве должно дополняться рядом нормативно-правовых актов, в частности, документами, необходимыми для организации и проведения конкурса на право заключения договора о государственно-частном партнерстве, методикой распределения рисков и ответственности сторон и др. При рассмотрении вклада каждой из сторон в развитие туризма в форме проекта ГЧП обращается внимание на ключевую роль государства в проектах ГЧП, которая предопределяется значимостью сферы туризма и его мультипликативным влиянием на социально-экономическое развитие региона (рис.).

Основными направлениями реализации проектов государственно-частного партнерства в туризме РФ являются формирование особых экономических зон туристско-рекреационного типа и создание туристских кластеров. Сравнивая данные направления можно сделать вывод о том, что особые экономические зоны создаются на уровне Правительства РФ, а туристские кластеры – по инициативе представителей бизнеса или местными властями. Если особая экономическая зона туристско-рекреационного типа как правило создается на территории с узкой направленностью (экология), то кластеры по своей природе могут сочетать различные интересы участников кластера в сфере туризма [2].



Рис. Роль государства в развитии туристско-рекреационных объектов в форме ГЧП

При этом для оценки привлекательности территории для создания особой экономической зоны может выступать комплексный поход, включающий оценку природных, культурно-исторических, социально-экономических ресурсов, а также экологическое состояние территорий.

На практике туристский кластер рассматривается как сконцентрированная в пределах региона группа взаимосвязанных и взаимодействующих компаний, научно-образовательных и общественных организаций, органов самоуправления, формирующих и реализующих турпродукты и услуги на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории, при этом взаимодействие осуществляется на принципах государственно-частного партнерства [3; 4].

Политика государства в области формирования кластеров предполагает разработку системы механизмов по социально-экономическому развитию региона на кластерном подходе с учетом взаимоувязки региональной и

отраслевой политики развития, при этом основы этой политики должны быть отражены в соответствующих нормативных документах.

Выводы. Сфера туризма представляет собой сложную, разветвленную и многоуровневую систему, внутри которой решение проблем может иметь комплексное решение, учитывающее множество факторов и состояние смежных отраслей и сфер деятельности. Комплексный подход для эффективного использования туристско-рекреационных объектов на основе взаимодействия государства и коммерческих структур предусматривает использование такого механизма как государственно-частное партнерство. Опыт Российской Федерации по реализации проектов государственно-частного партнерства в туризме свидетельствует о необходимости формирования институциональной базы государственно-частного партнерства с учетом особенностей туризма как сферы взаимодействия отраслей.

Список литературы

1. Закон ДНР «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве» от 11.08.2017 № 188-ІНС [Электронный ресурс]: Сайт Народного Совета ДНР. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatie/zakony/zakondonetskoj-narodnoj-respubliki-o-gosudarstvenno>
2. Захаров А.Н. Развитие государственно-частного партнерства в Российском туризме / А.Н Захаров, А.А.Игнатъев // Вестник МГИМО-университета. – 2011. - №3(18).
3. Гусак А.С. Кластерный подход в реализации туристско-рекреационных проектов / А.С.Гусак // ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 11: Проблемы обеспечения стабильности социально-экономической системы в контексте современных реалий / ГОУ ВПО «ДонаУиГС». – Донецк: ДонаУиГС, 2018. – С. 35-42.
4. Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки / В.Н. Рудченко // Общество. Среда. Развитие. – 2016. № 4. – С. 12-18.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА
В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

КУЛИКОВСКАЯ А.Д.,
студентка 4 курса,
ОВЧАРЕНКО Л.А.,
д-р. экон. наук, доцент, доцент,
кафедра туризма
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Образование детей – это неотъемлемая часть их развития, как умственного, так и духовного. Не секрет, что дети по природе своей исследователи. Любознательность, постоянное стремление экспериментировать, самостоятельно искать новые сведения о мире традиционно рассматриваются как важнейшие черты детского поведения. Именно исследовательское поведение и создает условия для того, чтобы психическое развитие ребенка изначально разворачивалось как процесс саморазвития.

Цель исследования – рассмотреть проблемы и перспективы развития детского образовательного туризма в Донецкой Народной Республике (далее ДНР).

Изложение материалов основного исследования. Детский туризм – одно из наиболее популярных туристических направлений. Деятельность этого вида туризма направлена на оздоровление и развитие детей.

Одним из популярных направлений детского отдыха является познавательный туризм. Данный вид детского туризма позволяет совместить отдых ребенка с получением новых знаний. Познавательный туризм

существует в виде экскурсий по музеям и достопримечательностям, а также в виде поездок в другие страны с познавательными целями, например, с целью изучения иностранных языков.

Знание иностранных языков – это ключ к успеху в современном мире, где общение на иностранных языках и обработка огромных объемов информации приобретает все большее значение. Интерес к изучению языков традиционно большой, потому перефразируя известное выражение, можно сказать, что тот, кто владеет языками, владеет миром.

В общем, человек, владеющий языками, – разносторонне развитая личность, обладающая лучшими способностями к изучению нового, свободная и более уверенная в общении с людьми.

Для этой цели во всем мире созданы так называемые «языковые» лагеря, где дети не только отдыхают, но и изучают язык в неформальной обстановке.

Детские языковые лагеря – один из видов обучения языку, который позволяет сочетать оздоровление детей на природе на каникулах, отдых, и, конечно, обучение языку. Первые лагеря подобного типа появились в Западной Европе и США примерно сто лет назад. С течением времени подходы к составлению программ обучения совершенствовались и развивались. Сегодня детские языковые лагеря – один из самых эффективных и прогрессивных методов обучения языку.

Мировая практика дает изучать язык не только на занятиях, а также поднимает мотивацию к освоению языка в неформальной внеклассной обстановке. Помимо этого, дети часто используют изучаемый язык как единственное средство коммуникации друг с другом.

Российские языковые школы свободно конкурируют с зарубежными «коллегами» и имеют массу положительных черт во многих аспектах.

Подобный вид обучения языку имеет много преимуществ. К ним можно отнести, например:

безопасность пребывания детей в лагере;

сочетание языковой подготовки с оздоровлением детей;
возможность развития у детей лидерских качеств и иных талантов;
повышение общей культуры;
развитие социальных навыков [1].

В Донецке существует лагерь на базе школы по изучению английского, испанского, немецкого, турецкого и других языков. Этого недостаточно, существует необходимость открытия новых лагерей не только в г. Донецке, но и в других городах Республики. Это поможет не только более эффективно изучать новые языки, но и оздоровиться и набраться сил перед новым учебным годом [2].

Но так как в ДНР лагерь такого типа всего один родителям приходится оплачивать дорогостоящие путевки в лагеря за пределами Республики.

До начала боевых действий на территории Донецкой области функционировало большое количество детских оздоровительных лагерей, но, к сожалению, сейчас работает всего 3 из них – это Детский оздоровительный лагерь «Монолит» в пгт Седово, Детский оздоровительный лагерь «Орлёнок» в Амвросиевском районе (село Благодатное) и Детский оздоровительный лагерь «Радуга» в городе Снежное.

Существует достаточное количество закрытых лагерей, площади которых можно было бы использовать для открытия хотя бы одного языкового лагеря. Например, оздоровительный лагерь в Ясиноватой «Лесная песня», который в связи с боевыми действиями прекратил свою работу. После завершения военных действий его можно восстановить, и дети смогут отдыхать и изучать языки на территории своего региона.

Ранее лагерь каждый год принимал большое количество детей в своих стенах, лагерные смены были длиной в 21 день, и лагерь пользовался огромным спросом. Его восстановление не только ускорит развитие детского туризма в ДНР, но и даст детям Республики возможность погрузиться в изучение иностранных языков за приемлемую цену. В данный момент

Республика не в силах восстановить лагерь из-за нехватки денежных средств и усиленных обстрелов в Ясиноватском районе и по всей линии соприкосновения в целом. Но в скором времени лагерь возможно будет отреставрировать и открыть для гостей.

Выводы. В данный момент детский туризм набирает обороты в регионе, а дифференциация в направлении предоставления образовательных услуг будет способствовать не только росту туристического потенциала ДНР, но и решению важной социальной задачи по повышению образованности подрастающего поколения.

Список литературы

1. Почему детям полезно посещать языковые лагеря? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.luckykids.bg/ru/>
2. Школа английского языка «Sherwood» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dn.sherwood.org.ua/>

PECULIARITIES OF THE SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

LAZAREV D.A.,

4-th year student,

DUBROSKAYA N.I.,

senior teacher of the Department of Tourism

SEI HPE "Donetsk Academy of Management and Public Administration

under the Head of the Donetsk People's Republic",

Donetsk, DPR

Formulation of the problem in general. The increase of the tourist attractiveness of the region is one of the tasks for the development of the Donetsk People's Republic. Improvement of the sport tourism base and increase in the number

of ways of informing tourists will contribute to the improvement of the economic condition of the region and raise the awareness of the other problems of the Republic.

The aim of the study is to consider the problems as well as the main directions of the sport tourism development in the Donetsk People's Republic.

Presentation of the materials of the main study. The development of sport tourism within the modern borders of the Republic is presented specifically. Having a small territory, we, at the same time, have a lot of sport tourism attractions, which include: protected areas, natural attractions, reservoirs, afforestation, steppe and coastal areas. It is worth mentioning, that this type of tourism does not become widespread in our region, but it steadily gathers a stable number of people who want to do outdoor activities. Even taking into account hostilities on the territory of the republic, the previously existed tourist associations were preserved and the new ones have appeared. These include the “VERTICAL” travel club, “Azimut” Club, “TAIS” Public Organization, “MTB Khartsyzsk” cycling tourmie club and many others.

The travelers and tourists who are not members of clubs or associations can often be found travelling on foot around the Zuevsky steppe or the Donetsk Ridge. For rock-climbing enthusiasts, the Zuevsky climbing area is perfect for practicing and training of the beginners, as well as for more experienced climbers. The climbing area has about 20 routes, but the categories of routes are not indicated.

For the tourists who prefer water tourism, the Krynka River is the best option for rafting. It is worth mentioning that a water tourism championship has already taken place in the Republic, and the “Zuevskaya Taimen” kayaking race dedicated to The World Tourism Day was held on the Krynka River on the 28-29 of September. Cycling trips also attract tourists. The main routes are also Zuevsky landscape park, Sedovo and the “cliff” directions, as well as numerous reservoirs, such as: Olkhovskoye, Khanzhenkovskoye and Amvrosievsky Quarry. In addition to a solo trip, the Donetsk cyclist participate in various marathons and bike races. Thus, on the 15 of September there was a bike ride which took place in Makeevka and was called the mini bike marathon "Dubki".

It is important to mention the festivals and tourist gatherings held in the Zuevsky Landscape Park, among which the Republican Ecological and Tourist rally and Extreme Fest stand out most clearly due to its expressive sport tourism orientation. These events exist thanks to the support of the Ministry of Youth of Sports and Tourism of the DPR together with numerous organizers who have many years of experience in providing various sports and tourist events.

The main problem of sports tourism in the DPR can be described as a problem of a “narrow circle”. It lies in the fact that only a small part of the population knows about the places where one can spend an active vacation or weekend. The influx of new tourists takes place due to the word of mouth and a very small share of advertising. As a result, most sports and tourist destinations and festivals are developed by the same people who can have many years of experience, but due to the small amount of human resources, the development of mass sports tourism becomes almost impossible. This situation leads to the development of unorganized tourism, which, as a whole, will not favorably affect the state, and subsequently can lead to a number of problems. As a result, environmental, economic and other problems connected with unorganized tourism will be able to call into question the existence the development of sport tourism, and also indirectly affect other types of tourism.

But the situation is not as critical as that because there already exist bureaus offering services in organizing outdoor activities. One of the prominent representatives is the DPR Sports Tourism Federation, which organizes trips of various kinds, sports championships in mountain, water and sailing tourism, as well as the Republican and international competitions. The Federation conducts competitions and trips for beginners and qualified athletes.

It is also necessary to point out that the previously listed organizations also arrange various competitions and trips according to their specialization. Thus, on the 17 of September, 2019, as part of the Tourism Week, a physical education teacher together with the UDO “Donetsk Republican Center for Tourism and Local History for Studying Youth” at School No. 112 in Donetsk organized the sports festival

which included: knitting of knots, carabiner relay race, passing the hinged crossing, traverse, pendulum, sports relay races. The event was attended by students of the 2-11 grades. This step, although small, is already pushing the younger generation into tourism.

Conclusion. Summing up, it is impossible to say that sport tourism is poorly developed in the Republic. But not enough information and financing are still among the main reasons for the problems arising in tourism development. And even though steps are already being taken to arouse interest among the population, the pace is worth building up. And the increase in funding together with the support of existing and the creation of new projects, festivals, routes and destinations will only strengthen the attraction of the population to active types of tourism. This, ultimately, will give a new round of development of sports tourism in the Donetsk People's Republic.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

МЕДЯНИК А.В.,

канд. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра туризма, гостиничного и ресторанного дела

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет

имени Тараса Шевченко»,

г. Луганск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. Инновации являются ключевым элементом успеха предприятия. Только те предприятия, которые готовы к инновациям, могут выжить в современной конкурентной среде. Внедрение инноваций или изменений – одна из самых глобальных проблем, с которыми сталкиваются руководители современных предприятий.

Цель исследования – обосновать роль инноваций в системе управления персоналом предприятий туристской индустрии.

Изложение материалов основного исследования. Термин «инновация» часто используется в литературе, связанной с управлением персоналом на предприятии, а также в литературе, связанной с управлением бизнесом в целом. Инновацией, как правило, считается внедрение или улучшением продуктов, процессов и функций на предприятии. Тем не менее, чем чаще термин используется, тем больше новых значений и определений он получает. Подавляющее большинство авторов относят инновации исключительно к производственным процессам и техническим системам, в то же время исключая необходимость внедрения инновационных систем в систему управления персоналом на предприятии.

По словам Мариуса-Дана Далота и Александры Перу, на характеристики сотрудников влияет политика управления персоналом. Они заявили, что не существует сомнений относительно взаимосвязи между инновациями и HRM (Human resource management), а также что результативность внедрения нескольких взаимосвязанных практик HRM, превосходит результативность отдельных практик HRM. Они также упомянули о несоответствиях в литературе структуры содержания пакетов HRM, так как немногие авторы придерживались мнения, что обеспечение занятости, интенсивное обучение или участие сотрудников в практиках оказывают положительное влияние на инновационную деятельность, в то время как другие авторы считают, что они оказывают обратный эффект.

Согласно трудам Брайана Тана, инновационные методы HRM оказывают значительное положительное влияние на организационные инновации (инновации в продуктах, процессные инновации и административные инновации). Одним из методов обучения является как прямое, так и косвенное влияние на все три аспекта организационных инноваций. Инновационная оценка эффективности работников предприятия, например, оказывает прямое и

косвенное влияние на административные инновации, но не влияет на инновации в продуктах и процессах. Некоторые из инновационных методов управления персоналом (например, управление карьерой, система вознаграждений) не связаны с организационными инновациями.

В инновационной практике существует два основных измерения, классифицирующих инновации: первое можно назвать субъектом инноваций, определяющим, являются ли продукты и услуги, производственные процессы и технические системы или административные системы инновационными; и второй можно назвать «модой» инноваций, описывающей, какой предмет изначально или радикально новаторский.

Следуя конфигурационному подходу, предполагается, что отдельные практики управления персоналом не работают и не действуют самостоятельно, без соответствующей «настройки» системы управления персоналом. При таком подходе системы HR рассматриваются как сложные и уникальные модели факторов, которые «представляют нелинейные синергетические эффекты и взаимодействия более высокого порядка». В такой системе важную роль играют два типа «подгонки»: с одной стороны, система управления персоналом должна соответствовать экологическим и организационным условиям, а также быть нацеленной на достижение какой-либо стратегической цели; которые могут быть обобщены как внешние или вертикальные. С другой стороны, для того, чтобы система управления человеческими ресурсами была эффективной в достижении конкретных организационных целей, тождественно важно, чтобы включенные в нее методы управления персоналом внутренне согласовывались друг с другом.

Инновационная система управления персоналом, помимо ориентации на достижение определенной цели, должна действовать посредством воздействия знаний, навыков и способностей сотрудников, мотивировать сотрудников, а также предоставлять возможности внесения их персонального вклада в развитие.

Инновационные HRM практики положительно влияют на организационные инновации предприятия. Разработка инновационной системы оценки эффективности работы сотрудников предприятия может привести к повышению их приверженности и удовлетворенности, поскольку сотрудники получают новые возможности аттестации результатов своей работы, что приводит к повышению инновационной активности сотрудников. Инновационные методы управления карьерным ростом помогают сотрудникам достигать новых карьерных целей и задач, что мотивирует их на более активную инновационную деятельность. Инновационные методы обучения персонала повышают уровень знаний, способствует развитию навыков и способностей сотрудников, что впоследствии способствует внедрению организационных инноваций на предприятие. Инновационная система вознаграждений (денежная и неденежная) мотивирует сотрудников вносить больше инновационных идей, что приводит к росту организационных инноваций. Рациональный подбор персонала обеспечивает идеальное соответствие между персоналом и культурой предприятия, что также приводит к высоким организационным инновациям.

На сегодняшний день инновационно-ориентированные предприятия в области управления персоналом сфокусированы на следующих пунктах:

- преодоление ограничений технократических форм разделения труда;
- внедрение инновационных параметров в расширение трудовых функций;
- смена форм контроля и расширение полномочий на микроуровне, перераспределение групповых форм работы;
- радикальное изменение подходов к оценке профессионализма;
- непрерывное планирование карьеры для сотрудников;
- разработка системы формальных и неформальных инновационных коммуникаций;
- создание атмосферы внутреннего инновационного предпринимательства;

многосторонность мотивации труда, переориентация системы ценностей работников на самовыражение, развитие и творчество

стимулирование инновационного поведения сотрудников;

создание корпоративной культуры инновационного типа.

Объектом инновационного управления персоналом являются человеческие ресурсы предприятия, а предметом – развитием творческого потенциала и инновационного поведения сотрудников.

На данном этапе мирового экономического развития традиционное управление трудом, характерное для индустриальной стадии экономического роста, заменяется управлением на основе качественно новых инновационных принципов. Инновации в сфере управления персоналом базируются на основе развития творческого потенциала сотрудников, направлены на мотивацию и стимулирование инновационного поведения работника.

Следует отметить, что, с одной стороны, инновационное управление персоналом является наиболее типичным для инновационных предприятий, работающих в высокотехнологичных отраслях и руководствующихся предпринимательской стратегией, а с другой стороны, любое современное предприятие, которое стремится занять конкурентоспособные позиции в рыночной среде, должно внедрять инновационные принципы управления персоналом. К основным специфическим функциям инновационного управления персоналом относят:

инновационный климат, основанный на взаимном доверии, и направленный на развитие инновационной деятельности на предприятии;

формирование специальной системы для эффективной генерации идей и механизма накопления творческих идей и предложений;

разработка внутрифирменного инновационного предпринимательства;

развитие инновационных коммуникаций;

развитие персонала в контексте непрерывного организационного обучения;

мотивация и стимулирование инновационного поведения персонала;
внедрение инновационных аспектов в традиционные функции управления трудом.

Причинами внедрения инноваций в работу с кадрами могут служить: развитие науки, техники и технологий, развитие общественных отношений, изменение потребностей клиентов предприятия, действия конкурентов предприятия, изменение внутренних потребностей предприятия, директивы [7].

Внедрение инноваций в управление персоналом может потребоваться для изменения функциональных отношений и функционального разделения труда, обучения персонала, приема на работу специально обученных работников, психологической службы поддержки, информации и финансовой поддержки.

Инновации в управлении персоналом могут основываться на инновациях, разработанных внешним специализированным предприятием; на собственных инновациях, разработанных в результате исследований предприятия; на практически проверенных инновациях, реализуемых в работе другого предприятия.

Инновационная деятельность, связанная с работой персонала, может быть проведена по следующим направлениям:

- новая кадровая политика;
- новая стратегия HR;
- новая организационная структура системы управления персоналом;
- новое положение, например, на оплату труда или по сертификации персонала;
- новая схема функциональных отношений или функционального разделения труда;
- новое положение о разделении труда или новая структура работы;
- новая методика формирования кадрового резерва и т.д. Суммируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что для внедрения результативной

инновационной политики управления персоналом, необходимо поставить перед HR-подразделением предприятия следующие задачи:

постоянная подготовка, переподготовка и адаптация персонала, проведение большого количества тренировок, в том числе тренингов с приглашением специалистов из других предприятий;

улучшение набора. Одним из решений, активно используемых сегодня является сотрудничество с университетами с последующим трудоустройством наиболее талантливых и инициативных студентов;

выявление сотрудников, которые склонны к инновационной деятельности, их поддержка, и, возможно, финансовое вознаграждение;

отсеивание сотрудников, которые предпочитают монотонную и однообразную работу, так как они представляют собой потенциальный балласт для предприятия;

создание и внедрение более совершенной организационной структуры. Традиционные линейные и линейно-функциональной структуры уже давно изжили себя и препятствуют инновационному развитию предприятия. Более совершенный тип организационной структуры матричного типа, который, хотя и не без недостатков, до сих пор успешно применяется на многих современных предприятиях;

внедрение такой системы оплаты труда, при которой в зависимости от результатов работы, изменяется размер вознаграждения. Эта система будет поощрять новатор.

Выводы. Таким образом, инновации в сфере управления персоналом прямо пропорционально влияют на инновационную деятельность всего предприятия. Большинство направлений инновационного управления персоналом напрямую связаны с организационными инновациями, особенно с оценкой эффективности и системой вознаграждений. А данные факторы в свою очередь служат мотиватором, стимулирующим к интенсификации инновационной деятельности.

ПРОБЛЕМЫ В РАБОТЕ ТУРАГЕНТСТВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

МИРЗОЯН М.А.,

магистрант,

ОВЧАРЕНКО Л.А.,

д-р экон. наук, доцент, доцент,

кафедра туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Донецкая Народная Республика сочетает в себе промышленность, рекреационное богатство, интеллектуальный потенциал, природные ресурсы. Одним из важных этапов перестройки экономики региона является создание условий для развития такой отрасли, как туризм. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, средства размещения и питания и др. В настоящее время в Донецкой Народной Республике осуществляют деятельность 71 туристическое агентство. Турагентства в регионе постоянно сталкиваются с рядом трудностей и проблем, как внутреннего, так и внешнего характера.

Цель исследования является разработка предложений по совершенствованию механизма поддержки турагентской деятельности в Донецкой Народной Республике.

Изложение основного материала исследования. В настоящее время, несмотря на имеющийся туристско-рекреационный потенциал, туризм играет незначительную роль в экономике региона. Коммерческое посредничество или агентская деятельность является одним из необходимых и достаточно трудоемких видов предпринимательской деятельности в сфере туризма. Это

обусловлено тем, что профессиональная деятельность агента состоит в предоставлении услуг туроператоров от их имени, в их интересах, за их счет и под их контролем. В связи с отсутствием на территории региона в настоящее время местных туроператоров, предлагается на данном этапе развития туристской отрасли создать механизм взаимодействия и сотрудничества туристических агентов с российскими туроператорами с последующим созданием собственных туроператоров. Отношения между агентствами и туроператором возникают на основании договора комиссии и агентского соглашения. По агентскому договору одна сторона (туристический агент) обязуется оказать услуги второй стороне (туроператору) от имени этого субъекта и за его счет. В соответствии с агентским договором турагент находит клиента и заключает с ним договор на туристическое обслуживание от имени туроператора. В соответствии с заключенными договорами туристическое агентство получает агентское вознаграждение, с которого в дальнейшем будут производиться налоговые отчисления в бюджет.

Турагентства в ДНР, являясь плательщиками упрощенного налога, работают на основании агентских договоров с нерезидентами, осуществляющими туристическую деятельность. В соответствии с законодательством ДНР, не учитывающем особенности и специфику предпринимательской деятельности в туризме, они вынуждены перечислять оплату за услуги в полном объеме на счета нерезидентов. Возврат агентского вознаграждения на счета турагентств ДНР может занимать до 90 дней, что, в свою очередь, создает препятствия для осуществления и развития туристического бизнеса на территории Донецкой Народной Республики, своевременной оплаты налогов, жилищно-коммунальных услуг, заработной платы работникам и прочего, и, как следствие, является предпосылкой для ухода данного бизнеса в тень.

Поэтому на данный момент представители туристического бизнеса в большинстве случаев работают как физические лица – предприниматели по упрощенной системе налогообложения.

В РФ, например, согласно действующему законодательству налогоплательщики при осуществлении предпринимательской деятельности в интересах другого лица на основе договоров поручения, договоров комиссии либо агентских договоров определяют налоговую базу как сумму дохода, полученную ими в виде вознаграждений (любых иных доходов) при исполнении любого из указанных договоров. На этом этапе для развития предпринимательства в туризме и смежных областях необходимо создание эффективного механизма налогообложения доходов от туристской деятельности с учетом зарубежного опыта, в том числе РФ.

Для ДНР остро стоит вопрос формирования собственной туристско-рекреационной инфраструктуры. Как свидетельствует мировая практика для создания конкурентоспособного туристического комплекса в стране (регионе) необходимо предоставить туристским организациям какие-либо преимущества, частично или полностью освободить от выполнения установленных правил, обязанностей, а также облегчить условия их выполнения. Льготы могут предоставляться за обслуживание отдельных категорий туристов (например, детей, инвалидов, студентов, пенсионеров), или отдельные виды туристской деятельности, к одному из которых относится социальный туризм. Налоговые льготы используются правительствами как средства государственного регулирования туристской деятельности. При этом, несмотря на введение налоговых льгот для туристских организаций, общее поступление в государственный бюджет растет благодаря не только быстрому расширению объемов туристской деятельности, но и эффекту мультипликатора.

Что касается туроператорской деятельности, то сотрудничество турагентств ДНР с туроператором РФ все же имеет некоторые сложности, в основном это касается «горящих» туров. Так как «горящие» туры

подразумевают собой туры, начало которых начинается уже через 2-3 дня, а иногда и на следующий день после их приобретения, туроператоры не успевают отвечать на все заявки и приходится ждать пакет документов, что настораживает туристов и начало отдыха начинается не с прекрасного предвкушения, а с ожиданий и переживаний. К сожалению, турагентства не в силах изменить этот момент передачи документов и бывает, что туристам приходится самостоятельно распечатывать документы, уже находясь в аэропорту или за пределами ДНР.

Выводы. Следовательно, одной из важнейших составляющих региональной стратегии туризма является формирование в Донецкой Народной Республике современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей населения региона в туристических услугах. Одним из стратегических направлений развития внутреннего туризма является создание местного туроператора для популяризации регионального туристского продукта, создание гибкой системы стимулирования туристских предприятий путем введения налоговых льгот для развития агентской деятельности.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИОСОЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ КАК СПОСОБ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

МИШЕЧКИН Г.В.,

канд. ист. наук, доцент,

кафедра туризма,

ФОМИНА Ю.С.,

обучающийся,

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли

имени Михаила Туган-Барановского»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Туризм в современном мире играет все более заметную роль, превратившись в одного из лидеров экономического развития. Вместе с тем, растет уровень требовательности современного туриста, который не удовлетворяется «стереотипным» набором предоставляемых услуг. Последнее утверждение является одновременно вызовом и стимулом для диверсификации туристской деятельности.

Биосоциальные туристские ресурсы представляют собой комплекс объектов, которые в той или иной степени связаны с жизнедеятельностью выдающихся личностей. Следует напомнить, что биосоциальные туристские ресурсы – далеко не новое направление туристской деятельности, их использовал еще «отец-основатель» организованного туризма Томас Кук. Однако, до сих пор нет четкого определения биосоциального туризма, зачастую его упоминают как часть историко-культурного или культурно-познавательного видов туризма.

Цель исследования – проанализировать использование биосоциальных туристских ресурсов как способ диверсификации туристской деятельности на примере Донецкого региона.

Изложение материалов основного исследования. Современный туристско-рекреационный потенциал территории невозможно представить без биосоциальной составляющей. Донецкий регион – место пересечения различных векторов цивилизационного развития. Это территория, на которой родились, жили и творили многие выдающиеся личности, проявившие себя в общественно-политической, социально-экономической, военной, культурной и спортивной деятельности – Георгий Седов, Никита Хрущев, Анатолий Соловьяненко, Александр Засядько, Дмитрий Менделеев, Александр Куприн, Константин Паустовский, Владимир Маяковский, Теодор Драйзер, Джон Юз, Кирилл Москаленко, Александр Покрышкин, Виталий Старухин, Иосиф Кобзон, Александр Захарченко, Фёдор Толбухин и др.

Только в столице Донбасса – городе Донецке – на 2014 год числилось 262 памятника истории и культуры, в т. ч. скульптуры, мемориалы, памятные знаки, мемориальные доски. Список памятников истории и культуры Донецкой Народной Республики, взятых на государственный учет до 2014 года включает 826 объектов [1, 2]. На начало 2014 года в Донецке на учете состояло 88 мемориальных досок, 55 из которых посвящены конкретным личностям.

Несмотря на то, что при составлении экскурсионных маршрутов специалисты используют факты из биографий видных деятелей края, комплексного подхода к использованию биосоциальных туристских ресурсов выработано не было [1, 2]. Не создан реестр «знаковых имен», который стал бы основой для активизации биосоциального туризма в регионе.

Определенная работа в указанном направлении проводилась в Донецком институте туристического бизнеса, который функционировал на протяжении 1992 – 2017 гг. Сотрудниками института было создано более 50-ти экскурсионных маршрутов. Но среди них только единицы посвящены персоналиям (Г. Седов, С. Прокофьев, П. Ангелина).

С учетом небольшого объема работы проанализируем биосоциальные туристские ресурсы, связанные с выдающимся полководцем Великой

Отечественной войны, командующим Южным фронтом, освобождавшим Донбасс, Фёдором Ивановичем Толбухиным. Напомним, что в июне 2019 года исполнилось 125 лет со дня его рождения.

Ф.И. Толбухин – выдающийся советский военачальник, Маршал Советского Союза, Герой Советского Союза (посмертно), кавалер высшего полководческого ордена «Победа». К этим званиям, к сожалению, можно добавить ещё одно - «забытый маршал».

Следует подчеркнуть отдельные факты из «донецкой» биографии Толбухина. Так, 5-я ударная армия Южного фронта в Донбасской наступательной операции прорвалась на 10 км в тыл противника всего за один день. Для ускорения темпов наступления Толбухин добавил в линию наступления 4-й гвардейский механизированный корпус, тем самым продвинув линию фронта на запад ещё на 20 км. Развивая наступление на Амвросиевку, советские войска вклинились в расположение 6-й немецкой армии и расчленили ее на две части. После Толбухин предпринял необычайно резкий ход, силами 4-го гвардейского кавалерийского корпуса стремительно в течение ночи 27 августа 1943 г. проникнув вглубь обороны врага на 50 км.

8 сентября 1943 года для жителей Донбасса наступил торжественный день – соединения Южного фронта овладели областным центром Донбасса – городом Сталино. 14 сентября 1943 года Ф. И. Толбухин выступал на митинге в Сталино, по случаю освобождения Донбасса. Это была обращение командующего фронтом к народу, перенесшему неимоверные страдания в оккупации, с призывом найти в себе силы для восстановления Донбасса и обеспечения сражающейся армии.

Собранный материал, связанный с деятельностью Ф.И. Толбухина в Сталино (Донецке) позволяет создать экскурсионный маршрут «Федор Толбухин в сердце Донбасса». Символично, что данная экскурсия начинается с Музея Великой Отечественной войны (филиал Республиканского

краеведческого музея). В нем представлены экспонаты, связанные с деятельностью советского военачальника.

Следующий объект – «Донбасс Опера» (Донецкий государственный академический театр оперы и балета имени А.Б. Соловьяненко). Данный памятник архитектуры известен тем, что 7 сентября 1943 года на нем бойцы Южного фронта водрузили знамя Победы.

Третий объект маршрута – памятник другу и товарищу Ф. И. Толбухина – генерал-лейтенанту Кузьме Акимовичу Гурову, который находится на пересечении улицы Артёма и проспекта Гурова. Двух военачальников многое связывало, оба проявили свои высокие профессиональные качества в период Сталинградской битвы. Обоих отличали крепкие нервы, хладнокровие и уважительное отношение к подчиненным.

Далее маршрут экскурсии приводит к Ворошиловской районной администрации города Донецка, возле которой Ф.И. Толбухин выступал на митинге по случаю освобождения Донбасса. Находится данный объект на пересечении улицы Артёма и проспекта Гринкевича.

Последняя остановка экскурсионного маршрута «Федор Толбухин в сердце Донбасса» - памятник Ф.И. Толбухину, который находится на пересечении проспекта Ильича и улицы Марии Ульяновой. Напротив памятника находится еще один объект – мемориальная доска на доме по проспекту Ильича. На ней указано, что на этом месте в годы Великой Отечественной войны находился штаб Южного фронта, которым командовал Ф.И. Толбухин. На рисунке 1 представлен предложенный нами экскурсионный маршрут на карте города Донецка.

Безусловно, собранный материал – только начало пути, еще предстоит большая краеведческая и архивная-поисковая работа по приобщению информации к предлагаемому экскурсионному маршруту, по проверке и уточнению собранной информации.



Рис. Маршрут экскурсии «Федор Толбухин в сердце Донбасса»

Выводы. Таким образом, даже поверхностный анализ исследуемой проблематики позволяет определить значительные перспективы использования разнообразных биосоциальных туристских ресурсов в Донецком регионе, так как край имеет богатую историю и в этом плане обладает солидным потенциалом.

По-нашему мнению, одна из первоочередных задач – создание реестра персоналий. При этом важно скоординировать работу Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР, Министерства культуры ДНР и высших образовательных организаций. Необходимо продолжить и усилить краеведческую и архивно-поисковую работу. Кроме того, следует подготовить виртуальные «персональные» экскурсии с целью популяризации биосоциального туризма в регионе.

Необходимо вовлечь в экскурсионную деятельность новые территории, с которыми связаны выдающиеся личности, расширить виды и содержание музейной деятельности, использовать анимационные и игровые формы для разных возрастных групп и т. д.

Нельзя забывать и о том, что работа в данном направлении будет способствовать усилению патриотического воспитания молодежи, восполнению пробелов в отношении историко-культурного наследия края.

Список литературы

1. Голубничая С.Н., Мишечкин Г.В. Биосоциальные туристские ресурсы города Донецка // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма. VI международная интернет-конференция. 2016. С. 223-228.
2. Мишечкин Г.В., Голубничая С.Н. Формирование туристской дестинации в Донецке: проблемы и перспективы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 2. С. 118-124.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

НОВИКОВА Н.И.,

канд. экон. наук, доцент,

РЯБОВА Н.П.,

студентка 4 курса,

Гуманитарно -педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет

имени В.И. Вернадского»,

г. Ялта, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» предусматривает «...создании правовых, технических, организационных и финансовых условий для развития цифровой экономики в России и интеграции ее с цифровыми экономиками членов Евразийского экономического союза» [1].

Цифровые технологии активно развиваются и внедряются во все сферы жизнедеятельности, в том числе и в сфере туризма. По экономическим показателям туризм является одним из наиболее распространенных и

прибыльных сфер развития в экономике большинства стран. Туристская индустрия оказывает влияние на развитие многих отраслей экономики. Цифровизация экономики и внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в туристской отрасли выступают в качестве решающего фактора повышения конкурентоспособности туристского предприятия. Особую актуальность имеет данное направление исследования в условиях: дефицита ресурсов; кризисных явлений во всех сферах экономики; наличия недостаточной взаимоувязки экономических, социальных и экологических интересов всех участников экономического взаимодействия [2].

Теме цифровизации экономики и проблемам возникающих при использовании информационных систем в туристской сфере посвящены научные труды многих исследователей. В частности, среди авторов работ можно выделить имена таких российских ученых, как И.Ю. Гришин, А.А. Дорофеева, Р.Р. Тимиргалеева. и др. Вместе с тем, далеко не все проблемы, связанные с применением цифровых технологий управления для предприятий индустрии гостеприимства уже решены. В частности, к числу нерешенных к настоящему времени вопросов, следует отнести обеспечение конкурентоспособности туристских предприятий на основе активного внедрения информационных и инновационных технологий.

Цель исследования – рассмотреть применение современных информационных технологий в туристской индустрии и определить их влияние на конкурентоспособность туристского предприятия.

Изложение материалов основного исследования. Информационные технологии, применяемые в сфере туризма, включают несколько элементов. Среди них следует выделить: автоматическую систему резервирования, настройки видеосистем, координацию информационными потоками, общую систему электронной транзакции денег и т. д.

Развитие информационных технологий в туристской отрасли связано с появлением новых программ – виртуальные путешествия и экскурсии,

позволяющих каждому туристу выбрать путешествие в то место, о котором он мечтает, заранее изучив достопримечательности города до его реального посещения. В России и за рубежом активно применяются электронные каталоги по туризму, такие как: Air Travel Planner; Flight Guide [3].

Важнейшими информационными технологиями в сфере туризма являются глобальные системы бронирования. Они позволяют выбрать нужный отель, тип номера на конкретные даты. Их используют уже более восьмисот тысяч туристических агентств по всему миру.

В Южном Федеральном округе используют Букинг, как одну из наиболее распространенных систем бронирования отелей. Преимуществами этой системы является: сокращение времени на поиск и бронирование средства размещения, повышение качества сервисных услуг, комфортность в использовании и продуктивность.

В процессе организации, управления и контроля авиа-операций применяют электронные системы, способствующие планированию маршрутов и расписания, контролю и анализу прохождения полетов, управлению персоналом.

Они включают в себя несколько систем, такие как передачу и направление сообщений, спутниковую систему сбора и передачи информации для воздушного транспорта, инерционные навигационные системы, систему контроля за воздушными перевозками, микроволновые системы посадки, систему продажи авиационных билетов. Например, в России широко применяется система бронирования «Сирена», начавшая свою работу еще в СССР в 1964 году. Со временем данную систему Сирена-2000 усовершенствовали и теперь возможно ее использовать в гостиницах.

Самой популярной в отельном бизнесе на западе и Европе считается программа управления отелем Fidelo. Fidelio V8. Эта система управления отелем способна решать задачи от продаж, бронирования, приёма и размещения гостей, организации конференций и банкетов и управления

связями с клиентами до предоставления полных данных для финансового контроля и управленческого учёта деятельности предприятия.

Современные программные продукты, которые базируются на программном обеспечении бизнес-процессов и операций как в целом по туристскому предприятию, так и по его отдельным функциональным зонам способствуют оптимизации работы всех служб, повышают уровень контроля и качество принимаемых управленческих решений. В свою очередь, это ведет к увеличению объемов продаж, сокращению времени обработки поступающей информации, что в целом способствует повышению конкурентоспособности предприятий туристской индустрии.

Выводы. В условиях глобальной цифровой «перезагрузки» бизнес-процессов предприятия туристской индустрии должны развиваться в русле мировых трендов и активно применять современные информационные технологии, способные обеспечить эффективность развития и повышение конкурентоспособности туристского бизнеса.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р «Об утверждении программы "Цифровая экономика Российской Федерации"».
2. Цифровая трансформация регионального хозяйственного комплекса / Тимиргалеева Р.Р., Гришин И.Ю. // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2018. № 12. С. 165-172.
3. Дорофеева А.А. Использование инноваций в организации деятельности туристического агентства /Человеческий фактор в сложных технических системах и средах. 2018, / Труды Третьей международной научно-практической конференции. Под редакцией А. Н. Анохина, А. А. Обознова, П. И. Падерно, С. Ф. Сергеева – Санкт-Петербург, 2018. - С. 769-773.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ОВЧАРЕНКО Л.А.,

д-р. экон. наук, доцент, доцент,

кафедра туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г.Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Если оценивать ситуацию в сфере туризма в ДНР, можно охарактеризовать ее как неудовлетворительную. Речь не идет о выездном туризме, в котором работают уже более 70 турагентств Республики. Этот вид туризма не представляет интереса для экономики и социально-экономического развития, поскольку способствует формированию отрицательного туристского сальдо за счет вывоза денежных средств за рубеж. Речь идет о внутреннем и въездном туризме, зарекомендовавших себя как источники пополнения бюджетов всех уровней, факторы интеграции регионов в мировое экономическое пространство. Несмотря на сложившуюся достаточно сложную политико-экономическую ситуацию в регионе, необходимо уже сегодня разработать стратегию развития туризма в ДНР для проведения комплекса подготовительных мероприятий, внедрения тех ее составляющих, которые могут быть реализованы на данном этапе и создания условий для внедрения главных направлений стратегии после окончания военного конфликта, стабилизации положения в Республике и создания благоприятных условий для привлечения инвестиций.

Цель исследования – обоснование стратегических направлений развития туризма на основе определения приоритетных видов и перспектив их развития в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периоде.

Изложение материалов основного исследования. В настоящее время туризм в регионе представлен: очень слабо – рекреационным туризмом в летний купально-пляжный сезон; на достаточно хорошем уровне – спортивным и событийным туризмом (часто имеет место комбинация двух видов в рамках одного и того же мероприятия); незначительными въездными потоками по линии военно-патриотического туризма; достаточно слабо – экскурсионной деятельностью, направленной, как правило, на местное население (в основном молодежь).

Мировая практика свидетельствует о том, что именно внутренний туризм прокладывает дорогу въездному. Другими словами, в регионе необходимо создать все условия для массового развития внутреннего туризма. Самым востребованным и в мире, и в нашем регионе, в частности, является рекреационный или оздоровительный туризм, он включает купально-пляжный, семейный отдых и, как правило, совпадает с отпускным периодом. В ДНР фактическая емкость рекреационных учреждений составляет менее 5 тыс. чел/день, в то время как общая нормативная потребность в санаторно-курортном обеспечении (ОНП) по результатам расчетов составляет 91 тыс. чел/день. Таким образом, разрыв между реальным и нормативным значением показателя – почти в 20 раз.

В близлежащей и среднесрочной перспективе для снижения острого дефицита на койко-места в летний купально-пляжный период (в основном в пгт Седово) рекомендуется осваивать незастроенную часть Азовского побережья ДНР и перспективные внутренние водоемы с прилегающими природными территориями для создания туристских кемпингов с минимально необходимыми удобствами (освещение, душевые с теплой водой, туалеты, летняя кухня). Затраты на создание таких объектов сравнительно малы, а доходы от их деятельности могут впоследствии перенаправляться на создание стационарной инфраструктуры отдыха.

В ДНР сосредоточено значительное количество привлекательных для

отдыха природных территорий, которые можно было бы использовать для организации подобного отдыха населения с учетом незначительных затрат на благоустройство. Стоимость такого отдыха для жителей ДНР могла бы составить не более 5 тыс. руб. за 2 недели, что существенно снизило бы дефицит на рекреационные услуги в Республике, переориентировав часть внутренних рекреантов с пгт Седово на РЛП «Зуевский», «Донецкий кряж» и другие природные территории региона.

Однако, при отсутствии четких законодательных и нормативно-правовых установок, осуществить эту достаточно простую на первый взгляд задачу не представляется возможным, поскольку для этого требуется на законодательном уровне урегулировать вопрос оказания объектами ПЗФ платных услуг населению.

Еще один важный момент, который препятствует решению проблемы дефицита на койко-места в Республике, – высокий процент коллективных средств размещения в регионе, не осуществляющих никакой деятельности. В близлежащей перспективе важное место должна занять работа с собственниками действующих объектов на территории Республики, направленная на формирование понимания необходимости максимальной «открытости» для приема отдыхающих, а также форсированной модернизации учреждений отдыха с целью обеспечения их конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В случае отсутствия понимания или финансовых средств для проведения соответствующей модернизации в каждом отдельном случае следует рассмотреть такие варианты: передача (продажа) учреждения отдыха в собственность государству; реорганизация и смена организационно-правовой формы учреждения отдыха, создание ОАО и привлечение необходимых инвестиций путем эмиссии и продажи акций. Примечательно, что акционерами могли бы стать не только стратегические инвесторы, но и трудовые коллективы, население.

Еще одним важным направлением государственного вмешательства является лоббирование вопросов, связанных с облагораживанием и формированием общей инфраструктуры туристско-рекреационных зон (как существующих, так и перспективных). Например, озеленение и ландшафтный дизайн курортов и курортных местностей, формирование и модернизация транспортной сети, вопросы логистики и бытовых отходов и т.д.

Отдельно хотелось затронуть вопрос о повышении качества отдыха за счет организации анимационной деятельности в учреждениях отдыха Республики. Качественная анимация является 3-й по значимости после условий проживания и питания. В настоящее время у нас в пгт Седово считанные учреждения отдыха используют анимацию. В ДНР есть все возможности быстро решить эту проблему, причем с наименьшими затратами. Анимационная деятельность изучается в рамках направления подготовки 43.03.02 «Туризм», студенты готовят и защищают собственные анимационные программы. Для тех, кто обучается на бюджете, целесообразно организовать летние стажировки в учреждениях отдыха Республики для повышения качества досуга и взрослых, и детей.

Для комплексного решения проблемы рекреационного туризма в регионе на долгосрочную перспективу необходимо осуществить целый комплекс мероприятий [1]. В частности, обеспечить благоприятный инвестиционный климат в регионе можно за счет создания свободной экономической зоны туристско-рекреационного типа или зоны приоритетного развития.

По мнению авторов, основная масса учреждений отдыха Республики должна отвечать требованиям отелей «три звезды» (около 60-70 % от общего количества учреждений размещения). Согласно расчетам формирование рекреационного комплекса Республики емкостью 91 тыс. чел.-мест потребует инвестиций в размере 300 млрд. руб. При условной стоимости рекреационных услуг на единицу 1000 руб./день доход от деятельности комплекса составит 33 млрд. руб./год. При этом на социальную рекреацию должно быть выделено

порядка 3,3 млрд. руб./год (10%). Окупаемость рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики составит от 10 лет. Численность персонала, занятого в обслуживании рекреационных объектов размещения отдыхающих, согласно расчетам, составит около 24 тыс. человек.

Еще один перспективный для региона вид туризма – это сельский туризм. Аренда дома и проживание в живописной сельской местности с возможностью посещения водоема, пригодного для купания и рыбной ловли – разновидность рекреационного туризма. В Республике имеется значительное количество населенных пунктов, отвечающих данным критериям. Для развития сельского туризма в близлежащей перспективе целесообразно сформировать базу данных частных домовладений, которые могут быть сданы в аренду отдыхающим. В среднесрочной и долгосрочной перспективе часть прибыли от аренды таких домовладений должна перераспределяться для последующего формирования целых деревень сельского туризма с необходимой инфраструктурой, учреждениями общественного питания, комплексом развлекательных, познавательных и спортивно-оздоровительных услуг.

Выводы. Таким образом, обоснование стратегических направлений и перспектив развития туризма в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периоде является первым шагом на пути формирования стратегии развития туризма в ДНР. 25 сентября 2019 года Министерство молодежи, спорта и туризма инициировало создание рабочей группы по формированию предложений развития внутреннего и въездного туризма в Республике. В правительстве ДНР появилось понимание важности развития данного сектора экономики, а внутренний и въездной туризм согласно «Проекту дорожной карты развития внутреннего и въездного туризма Донецкой Народной Республики» признаются приоритетными направлениями экономического развития.

Список литературы

1. Овчаренко, Л.А. Использование рекреационного потенциала в ускоренном экономическом развитии региона: теория, методология, практика: монография / Л.А. Овчаренко. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2018. – 424 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ДНР

ОХРИМЕНКО М.С.,

магистрант,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современном мире наблюдается рост уровня заболеваемости населения всех регионов. В связи с высоким динамизмом научно-технического прогресса, значительно возрастают стрессовые нагрузки, в организме человека накапливается физическая и умственная усталость. В настоящее время значимость приобретает здоровый образ жизни. С каждым годом растет число людей, которые стремятся поддерживать хорошую физическую форму и вместе с духовным обогащением ищут в отдыхе возможность оздоровиться и преодолеть последствия гиподинамии. Вместе с тем, в ДНР возможности оздоровления населения за счет использования природных рекреационных ресурсов резко ограничены.

Цель исследования – обосновать необходимость развития лечебно-оздоровительного туризма в ДНР.

Изложение материалов основного исследования. Одним из наиболее значимых видов туризма является лечебно-оздоровительный туризм. Данный вид туризма был актуальным в древние времена, актуален в наши дни и будет востребован в будущем. Основной целью оздоровительного туризма является лечение, оздоровление, а также профилактика и предупреждение заболеваний. По оценкам Всемирной туристской организации (UNWTO), лечение и оздоровление относятся к числу важнейших туристских мотиваций.

В ДНР возможно развитие некоторых видов оздоровительного туризма, среди них, например, климатотерапия, фитотерапия, бальнеотерапия и пелоидотерапия.

Климатотерапия или климатолечение – это комплексное лечение, методы которого основаны на применении дозированного воздействия климата определенной местности и специальных климатических процедур на пациента, оказывающие положительное влияние на здоровье и в целом на организм больного [1]. Существует несколько видов климатотерапии, которые основаны на воздействии окружающей среды и применяются на курортах при санаторном лечении: аэротерапия, гелиотерапия (или «солнцелечение»), талассотерапия [1].

Данные виды климатотерапии возможно проводить на территории Азовского побережья и на внутренних водоемах региона.

Фитотерапия – метод лечения различных заболеваний человека, основанный на использовании лекарственных растений и комплексных препаратов из них. Лекарственные растения могут применять в свежем, сушеном виде, а также путем выделения из них действующих веществ с помощью несложной обработки, которая сохраняет структуру природного комплекса компонентов (настой, экстракт и др.) [2].

Бальнеотерапия – применение искусственно приготовленных и природных минеральных вод для лечения и профилактики различных болезней. Бальнеотерапия включает в себя множество (более тридцати) различных процедур [3].

На территории ДНР имеется несколько источников вод с лечебными свойствами. Среди них, например:

1. Сероводородный источник в г. Донецке. Это источник природного происхождения, однако целебные свойства он приобрел благодаря отвалам доменного цеха ДМЗ. Источник имеет химический состав, подобный сероводородным Мацестинским водам. Внимание на этот источник обратили еще в 1916 году. Доктор М.П. Трунов заметил, что довольно высокая

температура шлаковых вод, обогащенных серными соединениями, позволяет лечить кожные болезни и хронический ревматизм. Сейчас шлаковые воды также используются для лечения хронических заболеваний опорно-двигательного аппарата, заболеваний периферической нервной системы, некоторых кожных и гинекологических заболеваний [4].

2. Источник в с. Минеральное. В данном селе находятся пласты песчанистых пород каменноугольного периода. Водоносные слои этих пород образуют на дне балки несколько десятков родников, которые являются выходами глубинных вод на поверхность. Долгое время хранившаяся в древних горных породах вода родников известна своими весьма ценными питьевыми качествами [5].

3. Целебный источник в Коньково. Существует мнение, что вода источника помогает бесплодным женщинам. Кроме того, вода из источника идет на пользу, страдающим болезнями желудочно-кишечного тракта. Источник образован подземными водами из сарматских отложений, сформированных 13 млн. лет назад, он формируется двенадцатью родниками целебной воды с солоноватым минерализованным привкусом. Температура воды постоянна в течении года и составляет +10 С°. Вода в купели постоянно обновляется: поступает по трубопроводу и стекает в р. Еланчик [6].

Пелоидотерапия (грязелечение) представляет собой комплекс процедур, основу которых составляет применение грязей минерального и органического происхождения. Данный метод лечения осуществляется в медицинских или курортно-оздоровительных учреждениях, расположенных в непосредственной близости от источников целебных грязей. Помимо этого, некоторые её разновидности используют для изготовления фармацевтических средств.

На территории ДНР на Азовском побережье имеется месторождение сульфидно-иловых грязей, содержащих йод и множество полезных минералов. Люди едут сюда для лечения множества заболеваний, чаще всего это болезни

суставов и позвоночника, но грязи применяют и при лечении внутренних органов, нарушении обмена веществ, кожных заболеваниях.

Отдых и санаторно-курортное оздоровление необходимы не только людям с определенными заболеваниями, но и относительно здоровым. Ежедневная суэта, стремительный ритм жизни, нерациональное питание, ухудшающаяся экологическая обстановка, военное положение и, как следствие, повышенный уровень стресса ослабляют человеческий организм. Кроме этого, с возрастом растет вероятность развития многих заболеваний, а с помощью профилактики можно уменьшить риск появления болезни. Санаторий для данной цели – идеальное решение.

Вместе с тем, санаторно-курортное лечение в ДНР развито недостаточно. В Республике имеются несколько санаториев для лечения разных заболеваний (например, Республиканский детский кардиоревматологический санаторий МЗ ДНР), однако они, как правило, предоставляют услуги только больным людям, не охватывая тех, кто хочет просто оздоровиться или провести профилактику заболеваний. В будущем на территории ДНР целесообразно создать комплекс санаторно-оздоровительных центров на базе уже имеющейся инфраструктуры и вновь созданных объектов, отвечающих передовому мировому опыту.

На территории Азовского побережья ДНР есть лечебно-оздоровительный центр "Алые паруса". Еще один объект, заслуживающий внимания, это лагерь здоровья «Зуевка», расположенный в курортной зоне Ландшафтного парка Зуевка. Лечебно-оздоровительная программа, реализуемая в лагере, помогает при заболеваниях эндокринной системы (диабет, болезни щитовидной железы, ожирение и др.); сердечнососудистых заболеваниях (гипертония, атеросклероз, инсульт и др.); проблемах опорно-двигательного аппарата (артриты, артрозы, остеохондроз); заболеваниях дыхательной системы (бронхиты, ангины, гайморит, астма) и др.

Развитию лечебно-оздоровительного туризма в ДНР препятствуют некоторые факторы: отсутствие государственной программы развития

санаторно-курортного комплекса; низкий уровень квалификации персонала, занимающегося реализацией лечебно-оздоровительных услуг; отсутствие реестра лечебно-оздоровительных ресурсов региона для планирования санаторно-курортной сети ДНР; неэффективное использование природно-климатических ресурсов ДНР для развития лечебно-оздоровительного туризма; военная обстановка, негативно сказывающаяся на инвестиционной привлекательности Республики; отсутствие законодательного и нормативно-правового поля для формирования санаторно-курортного комплекса региона.

Выводы. В связи с выше сказанным, для развития лечебно-оздоровительного туризма в ДНР предлагается:

1) создать реестр лечебно-оздоровительных ресурсов региона для планирования санаторно-курортной сети ДНР;

2) сформировать необходимую законодательную и нормативно-правовую базу для эффективного функционирования санаторно-курортного комплекса Республики и рационального использования, имеющегося природного рекреационного потенциала.

3) ввести в эксплуатацию нефункционирующие объекты и создать новые центры лечебно-оздоровительные туризма на базе уже имеющихся в ДНР рекреационных ресурсов.

4) организовать подготовку и переподготовку персонала для реализации лечебно-оздоровительных услуг в учреждениях санаторно-курортного комплекса ДНР.

Список литературы

1. Климатотерапия: кого и почему направляют лечиться на климатические курорты// Электронный ресурс: <https://www.sanatoriums.com>
2. Фитотерапия// Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Бальнеотерапия// Электронный ресурс: <https://www.neboleem.net/balneoterapija.php>

4. Лечебный сероводородный источник в Донецке // Электронный ресурс: <https://donetskafisha.ru/lechebnyj-serovodorodnyj-istochnik-v-donetske/>

5. Источник в селе Минеральное // Электронный ресурс: <http://etnodon.com/istochniki/istochnik-v-sele-mineralnoe>

6. Коньково – целебный источник // Электронный ресурс: <http://samomandria.com.ua/konkovo/>

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПОЖИЛЫХ ГРАЖДАН И ИНВАЛИДОВ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОДДУБНАЯ Т.Н.,

д-р. пед. наук, профессор,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ВДОВЕНКО А.М.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Издавна Волгоградская область обладала большим туристско-рекреационным потенциалом для развития практических всех видов туризма. Регион привлекает туристов, прежде всего, своей столицей – городом-героем Волгоградом, прославившимся в годы Великой Отечественной войны, культурно-историческими памятниками (Мамаев Курган, Музей-панорама «Сталинградская битва»), национальным парком «Волго-Ахтубинская пойма», уникальными палеонтологическими памятниками и т.д. Сравнительно недавно были предприняты первые попытки развития социального туризма, в которых, несомненно, обнаружились сильные и слабые стороны, сформировавшие комплексное представление о дальнейшем этапе становления социального туризма, как одного из приоритетных.

Цель исследования – обосновать направления развития социального туризма для пожилых граждан и инвалидов в Волгоградской области.

Изложение материалов основного исследования. Социальный туризм – это разновидность любых видов туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условия для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации и фонды оказывают социальную поддержку [4; 5; 6]. Объектами социального туризма, в нашем случае, являются пожилые граждане и инвалиды, именуемые далее социальными туристами. Основными плюсами развития социального туризма являются постоянная поддержка туристической отрасли в межсезонье, путешествия по малоизвестным туристским маршрутам, восстановление физических и духовных сил социальных туристов, расширение кругозора и объема знаний о своей необъятной Родине.

Одним из основных направлений социального туризма является выделение бесплатных путевок на лечение в санаторий. Согласно ст. 6.1 и 6.7 Федерального закона от 17.07.1999 N 178-ФЗ (ред. от 01.04.2019) "О государственной социальной помощи" право на бесплатную путевку преимущественно инвалиды [1]. Путевку в санаторий предоставляют в случае наличия медицинских показаний к санаторно-курортному лечению (необходимо обратиться в поликлинику и получить медицинскую справку по форме № 070/у). Санатории, предоставляющие бесплатное лечение для отдельных категорий граждан: государственное учреждение «Санаторий Ергенинский», общественное учреждение «Санаторий Качалинский» и государственное учреждение здравоохранения «Волгоградский областной неврологический бальнеогрязевой санаторий Эльтон». С полным перечнем можно ознакомиться на сайте «Персональные Права.ру».

«Волгоградский дом-интернат для престарелых и инвалидов» организует для инвалидов молодого возраста с психическими и интеллектуальными нарушениями полноценные туристические поездки на Черное море с целью оздоровления и восстановления дееспособности. В г. Волгоград функционирует организация «Золотая пора», созданная для активных и любознательных пенсионеров. Это самый многочисленный клуб города, насчитывающий около 500 пенсионеров. Для социальных туристов организуются турпоходы на территории Волгоградской области, поездки на море и паломничество по святым местам России. Практически все мероприятия, осуществляемые данной организацией, бесплатны или же за символическую плату [3].

Социальный туризм – одна из программ проекта «Открытый мир». Волгоградские пенсионеры выиграли областной грант, который дал им возможность выбора места для отдыха и проведения досуга. В рамках реализации данного проекта туристы посетили Иловлинский район Волгоградской области, съездили на братскую могилу, возложив на нее цветы, встретились с местными пенсионерами, сходили на экскурсию в краеведческий музей, посмотрели на занятия юных джигитов в местной конноспортивной школе, побывали в музее народной архитектуры и быта донских казаков. Эта поездка принесла массу удовольствия социальным туристам и вдохновила их на новые свершения [2].

Однако следует отметить, что во многих местах, представляющих туристский интерес, условия для комфортного отдыха определенных категорий социальных туристов в Волгоградской области практически отсутствуют. Высокие бордюры, пандусы из скользких материалов, отсутствие тактильных указателей для слабовидящих – все это затрудняет передвижение маломобильных граждан.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что социальный туризм получил активное развитие в Волгоградской области. Разрабатываются

и реализуются новые проекты, направленные на удовлетворение потребностей в отдыхе и лечении определенной категории населения. В перспективе планируется создание необходимой инфраструктуры для того, чтобы каждый социальный турист имел возможность получить полноценный отдых, укрепить здоровье и приобщиться к национальным культурным ценностям.

Список литературы

1. Федеральный закон от 17. 07. 1999 № 178 - ФЗ «О государственной социальной помощи» (ред. от 27.12.2018) // Справочно-правовая система КонсультантПлюс: [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 14.10.2019)
2. Вояж для пенсионеров. В Волгограде развивают социальный туризм: [Электронный ресурс] URL: <http://smartnews.ru/regions/volgograd/13823.html>. (дата обращения 03.10.2019.)
3. На пенсии жизнь только начинается: [Электронный ресурс] URL: <https://www.volgograd.kp.ru/daily/26140/3029692/> (дата обращения 14.10.2019)
4. Поддубная Т. Н. Основы социальной работы в туризме: курс лекций для бакалавров/ Т. Н. Поддубная. – Краснодар, ФГБОУ ВО КГУФКСТ, 2017. – С. 50.
5. Поддубная Т.Н. Социальный туризм в России и способы его реализации / Т.Н. Поддубная, А.И. Авраменко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием (20 апреля 2017 г., Краснодар). – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – С. 221-224.
6. Поддубная Т.Н. Социальный туризм в России: проблемы и перспективы развития / Т.Н. Поддубная, В.О. Немцова // Актуальные вопросы в сфере туризма: Материалы заочной науч.-практ. конф. В рамках Координационного совета по развитию курортов и туризма в Южном федеральном округе. – Майкоп: ред.- изд.совет АГУ, 2016. – С. 103-105.

7. Сметанкина А.А. Анализ нововведений в сфере социального туризма в Краснодарском крае за последние годы / А.А.Сметанкина, Е.Л.Заднепровская // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: материалы конференции. – Краснодар, КГУФКСТ, –2018. – С. 286.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА РЕГИОНА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

ПОДДУБНАЯ Т.Н.,

д-р. пед. наук, профессор,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

КРАШЕНИННИКОВА А.М.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В современном мире туризм, а именно туристическая индустрия, выступает в качестве одной из наиболее быстро развивающихся и динамичных отраслей не только российского, но и мирового хозяйства. Данная индустрия является одной из крупнейших экспортных отраслей и занимает третье место после нефтедобывающей промышленности и автомобилестроения. На данный момент, по мнению ряда учёных, туризм является самой рентабельной отраслью мирового хозяйства, что связано с культурным и экономическим развитием населения в целом[1]. Однако некоторые факторы тормозят развитие туризма на региональном и национальном уровнях. Среди них особое место занимает экологический фактор.

Цель исследования – обосновать роль экологической обстановки региона как фактора развития туризма.

Изложение материалов основного исследования. Впервые в 20 веке термин «туризм» на официальном международном уровне был раскрыт в 1954 году ООН. Под туризмом понимался активный отдых, оказывающий благотворное влияние на укрепление здоровья, способствующий физическому развитию человека. Обязательным признаком туризма признавалось передвижение за пределы постоянного места жительства. В 1993 году статистическая комиссия ООН расширила понятие туризма, определив его как деятельность лиц, путешествующих и осуществляющих пребывание в местах, которые находятся за пределами их обычной среды, на период до одного года подряд в целях отдыха, деловых, а также иных целях [2].

Данное исследование посвящено анализу влияния экологической обстановки региона на развитие туристской отрасли и государства в целом. Лидерство отдельных регионов и стран в мировом туризме напрямую зависит от наличия ряда благоприятных факторов. Среди таких выделяют статичные и динамичные. К статичным относится рекреационно-ресурсный потенциал территории, а к динамичным – факторы, способные изменять свое значение в ходе развития государства: политические, финансово-экономические, социально-демографические и материально-технические. Рекреационно-ресурсный потенциал включает культурно-исторические и природно-климатические факторы. В данном случае мы говорим о влиянии именно природно-климатических факторов [1; 7].

Туристские потоки напрямую зависят от того, насколько богаты и разнообразны природно-рекреационные ресурсы, наличие большого числа бухт, внутренних морей, интересные ландшафты и сочетание прибрежных и горных пейзажей. Например, природные ресурсы Республики Крым в данном случае способствуют активизации потоков. Согласно Федеральной целевой программе «Социально-экономическое развитие Республики Крым и

Севастополя до 2020 года» в Крыму будет создано 6 основных туристических кластеров, финансируемых за счет средств федерального бюджета.

Одним из наиболее привлекательных рекреационных ресурсов выступают лечебные грязи, месторождения которых находятся в Сакском и Ленинском районах Крыма [3]. На примерах данных двух локаций можно судить о реальном влиянии состояния окружающей среды на число туристов, а вследствие и экономическое развитие региона.

Так, изначально курорт Саки является одним из немногих круглогодично работающих курортов в Крыму. Средний процент загрузки сакских здравниц превышает общий крымский показатель в 2-2,5 раза. Однако в последнее время из-за плачевного состояния окружающей среды лечебные грязи начинают терять свои свойства. В непосредственной близости от Сакского озера работает предприятие "Йодобром", которое не имеет ливневой канализации и локальных очистных сооружений, хотя производство второго класса опасности вообще не имеет права находиться в санитарной зоне курорта. На данный момент ситуация такая, что с одной стороны дамбы расположено лечебное озеро, а с другой – два химических предприятия, построенные в начале 20 века. Из-за санитарной защитной зоны "Йодоброма" город теряет около 300 гектаров инвестиционно привлекательных земель. Сакская грязь же используется не только в лечебницах города, но и поставляется в 100 санаторно-курортных учреждений по всей стране [4]. По этой причине вред, наносимый близостью предприятия, является колоссальным не только в масштабах отдельного региона, но и санаторно-курортной системы страны в целом.

Другим ярким примером влияния состояния экосистемы отдельных мест, привлекающих туристов, является озеро Байкал. На данный момент вода озера находится в состоянии критического загрязнения. Причинами тому послужили:

- 1) слив бытовых отходов;
- 2) высокая концентрация аммония вследствие отравления воды дымом от многочисленных пожаров на близлежащих к Байкалу территориях;

3) распространение на мелководье водоросли спирогиры, что приводит к гибели байкальских губок, обеспечивающих природную фильтрацию воды;

4) мусор, оставляемый туристами на берегу озера [5].

Главным последствием такого загрязнения может быть необходимость введения ограничения туристских потоков на озеро Байкал [6]. С одной стороны, последствием массовости туристских потоков явилось загрязнение яд озера, с другой, введение ограничения может повлечь за собой снижение объёма туристов в Россию в целом, так как озеро Байкал является одним из таких природных объектов, которые можно назвать визитной карточкой страны.

Выводы. Таким образом, загрязнение окружающей среды в туристских районах страны влечёт собой негативное влияние на развитие туризма регионов и государства в целом, а также на экономику страны. На данный момент необходимо привести состояние локальных экосистем в соответствие санитарным нормам, а также увеличить объем сбора и переработки мусора на тех местах, которые являются наиболее привлекательными для туристов.

Список литературы

1. Ачмиз А. К. Туризм как социокультурное явление // Теория и практика общественного развития. – 2010. - №1. – С. 75-82.
2. Кривошеева Т. М. К вопросу изучения влияния туризма на экологическую обстановку и социо-культурноеприродное пространство, в том числе в границахудаленных территорий // Сервис в России и за рубежом. – 2018. - №3(81). – С. 25-38.
3. Бахчисарай превратят в горнолыжный курорт, а Саки - в королевство грязи. Полуостров станет раем для туристов: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alt.kp.ru/daily> (дата обращения: 10.10.2019).
4. В курортном городе в Крыму не нашли места для хмпрома — Российская газета: [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://rg.ru/2017/03/28/reg-ufo/v-kurortnyh-sakah-ne-nashli-mesta-dlia-himproma.html> (дата обращения: 10.10.2019).

5. Заднепровская Е.Л. Развитие экологического туризма на особо охраняемых территориях Краснодарского края: монография / Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018, - с.105.

6. Иванов предложил ограничить поездки туристов на Байкал – Известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/892856/2019-06-26/ivanov-predlozhit-ogranichit-poezdki-turistov-na-baikal> (дата обращения: 10.10.2019).

7. Ученый заявил о критическом загрязнении воды в Байкале - Известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/892926/2019-06-26/uchenyi-zaiavil-o-kriticheskom-zagriaznenii-vody-v-baikale> (дата обращения: 10.10.2019).

8. Хатит Ф.Р. Состояние и перспективы развития экологического туризма в России и регионе / Ф.Р. Хатит, А.В. Кравченко, Т.Н. Поддубная, // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт: Материалы всероссийской науч.-практ. конф. с междунар.участием (14-15 апреля 2016 г.). – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – Ч.2. – С. 41-43.

РАЗВИТИЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ГРАЖДАН С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

ПОДДУБНАЯ Т.Н.,

д-р. пед. наук, профессор,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

МАСЛЮК И.Р.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Мировая практика показывает, что в настоящее время разрабатывается множество адаптивных программ для людей с ограниченными возможностями, которые могут быть включены в турпродукт. Вместе с тем, в Краснодарском крае данное направление развития активного туризма не получило должного развития.

Цель исследования – рассмотреть возможности развития активного туризма для граждан с ограниченными возможностями в Краснодарском крае.

Изложение материалов основного исследования. Определений понятия «активный туризм» существует множество, но в ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», а также в других официальных источниках, оно отсутствует. Чаще всего под активным туризмом понимают вид путешествия, подразумевающий активную деятельность в рекреационных или спортивных целях и требующий основательной физической работы организма. В каждом сезоне можно выделить определенные виды активного туризма. Например, зимой предпочтительны лыжный, горный туризм, летом – трекинг, рафтинг, велосипедный туризм и т.д. Отдельно можно выделить спортивный, конный и приключенческий туризм. Все эти виды активного туризма абсолютно разные, но каждый из них требует физической работы

организма. Однако, если раньше активный туризм был доступен не для всех категорий туристов ввиду своих особенностей, то сейчас разрабатывается множество адаптивных программ и для людей с ограниченными возможностями, которые могут быть включены в турпродукт.

В России понятие человека с ограниченными возможностями дано в Федеральном законе от 24.11.1995г. N 181-ФЗ (ред. от 18.07.2019) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», в котором под ограничением жизнедеятельности понимается полная или частичная утрата лицом способности или возможности осуществлять самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью [1].

Стоит также отметить, что на территории Российской Федерации и в Краснодарском крае, в частности, действует принятая в 2011 году программа «Доступная среда», целью которой является «создание условий, способствующих интеграции инвалидов в общество и повышению уровня их жизни» [3]. Важным планируемым результатом реализации этой программы выступает создание доступности объектов инфраструктуры, к числу которых относятся и объекты туризма.

Из этого следует, что организация активного туризма для людей с ограниченными возможностями – это довольно сложный процесс, который требует особой внимательности уже на этапе создания самого тура, когда нужно точно знать предоставляет ли конкретная дестинация всё необходимое для маломобильных групп населения. Это касается не только комплексного оснащения инфраструктуры объектов, но и наличия услуг активных видов деятельности, которые адаптированы для этих людей.

В Краснодарском крае лидером по развитию активных видов туризма для людей с ограниченными возможностями выступает г.Сочи. После проведения зимних Олимпийских игр 2014 года значительно усовершенствовалась инфраструктура города, транспорт, а также туристские объекты и предлагаемые

ими услуги [4; 7]. Например, Центр адаптивной и физической культуры и спорта «Энергия жизни» в сотрудничестве с горным курортом «Горки Город» ежегодно реализуют программы по адаптивному горнолыжному туризму, которые направлены на рекреацию и физическую реабилитацию людей с ограниченными возможностями в пос. Красная Поляна. Занятия осуществляются по авторской методике со специально разработанным и запатентованным оборудованием и профессиональными инструкторами. Предлагается несколько программ: адаптивная физическая реабилитация (1 курс – 10 дней), программа «Пять» по адаптивной физической реабилитации и рекреации (1 курс – 5 дней), ежедневная рекреация (1 день) [8].

Реализуется и другая программа терапевтического спорта «Лыжи мечты» на горнолыжном курорте «Роза Хутор», которая разработана для детей и взрослых с различными проблемами здоровья и дает им возможность эффективной реабилитации и социализации. Эффективность данной программы подтвердили ведущие реабилитационные центры России [6].

Летние виды активного туризма (конно-спортивный клуб «Остапенко» (станция Елизаветинская) и конный клуб «Синегорье» (посёлок Ильский, Северский район)) предлагают иппотерапию и реабилитацию для людей с ограниченными возможностями [5].

По горным рекам края проводятся сплавы центром «Энергия жизни» в г. Сочи. Это стало возможным благодаря специальному оборудованию – креслу, которое помогает удерживать в рафте как взрослого человека, так и ребёнка [2].

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что организация активных видов туризма для людей с ограниченными возможностями в Краснодарском крае начинает развиваться и в основном сосредоточена в крупных городах. Необходимо поддерживать разработку и реализацию новых проектов, которые будут удовлетворять потребности в рекреации социально уязвимых групп населения.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ (ред. от 29.07.2018) "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации" // Справочно-правовая система КонсультантПлюс (дата обращения 04.09.2019).
2. В Сочи для людей с ограниченными возможностями здоровья стали доступны сплавы по горным рекам: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.sochiadm.ru/press-sluzhba/85607/> (дата обращения 04.09.2019).
3. Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011-2020 годы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/3/0> (дата обращения 04.09.2019).
4. Заднепровская Е. Л. Характеристика олимпийских объектов г. Сочи как ресурса для развития культурно-познавательного туризма // Е.Л. Заднепровская, Т.Н. Поддубная // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика: материалы Международной науч.-практ. конференции 17 мая 2018 года: ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия». В 2-х т. Т.2. Сб. статей и тезисов по секции 2: «Экономическая безопасность: теория и практика». – Донецк: «Цифровая типография», 2018. – С. 202-205.
5. Конные прогулки в Краснодарском крае и Адыгее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kukarta.ru/konnyie-progulki-v-krasnodarskom-krae-i-adyigee/> (дата обращения 04.09.2019).
6. Мы превратили горнолыжные курорты России в «горы равных возможностей»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dreamski.ru/about/> (дата обращения 04.09.2019).
7. Рогоза А.С. Проект культурно-познавательного тура по олимпийским объектам г. Сочи / А.С. Рогоза, Т.Н. Поддубная // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием (20 апреля 2017 г., Краснодар). – Т. 2. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – С. 267-271.

8. Сметанкина А.А. Анализ нововведений в сфере социального туризма в Краснодарском крае за последние годы / А.А.Сметанкина, Е.Л.Заднепровская // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: материалы конференции. – Краснодар, КГУФКСТ, - 2018. С. 286.

9. «Энергия жизни» – услуги инструкторов для людей с ограниченными возможностями: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riderhelp.ru/rest/gorky-gorod/407> (дата обращения 04.09.2019).

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОДДУБНАЯ Т.Н.,

д-р. пед. наук, профессор,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ШАТСКАЯ А.Д.,

студентка 4 курса,

***ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической
культуры, спорта и туризма»,***

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В наше время туристская индустрия довольно разнообразна. И в данный момент значительная доля дохода в индустрии принадлежит туристско-рекреационной сфере. В нашем обществе туризм является неотъемлемой частью социально-экономической жизни, которая направлена на отдых, развитие и повышение качества жизни населения. Вместе с тем, туристско-рекреационный потенциал Кемеровской области изучен недостаточно, что не позволяет обеспечить его эффективное использование.

Цель исследования – проанализировать туристско-рекреационный потенциал Кемеровской области.

Изложение материалов основного исследования. Рекреация (лат. recreatio «восстановление») - это комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомлённого человека. Понятие охватывает все виды отдыха - санаторно-курортное лечение, туризм, любительский спорт, рекреационное рыболовство и т. п. Путем рекреации восстанавливаются эмоциональные и психологические силы, здоровье и трудоспособность. Специализированными предприятиями для рекреации считаются санатории, профилактории, пансионаты и другие.

Туристско-рекреационный потенциал – это совокупность туристско-рекреационных ресурсов и объектов туристской инфраструктуры, которые способны привлекать туристов и обеспечивать удовлетворение их потребностей во время отдыха и путешествий [5; 6]. Следует иметь ввиду, что рекреация делится на длительную (ночлег вне места проживания) и кратковременную (без ночлега с возвратом домой). Длительная рекреация территориально не ограничена в отличие от кратковременной, которая ограничивается преимущественно пригородной зоной.

Кемеровская область на данный момент является базой для развития отраслей промышленности региона, а природно-ресурсный потенциал этого региона стал активно использоваться в целях формирования и развития туристско-рекреационного комплекса. В Кемеровской области рекреационные ресурсы богаты и разнообразны. К ним относят различные природные и ландшафтные зоны, наличие минеральных вод, обилие рек и озер, памятников природы, туристских баз и санаториев, что способствует развитию разнообразных видов туризма: спортивного (водный, лыжный); экологического; охотничьего [1].

Важнейшей частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы - компоненты географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые обладают возможностью для организации рекреационного туризма. В Кемеровской области имеется большое разнообразие памятников природы регионального, федерального и местного значения. Ценные природные объекты получили статус особо охраняемых природных территорий. Среди которых: Музей-заповедник «Томская Писаница»; Государственный природный заповедник «Кузнецкий Алатау»; Государственный национальный парк «Шорский».

Выводы. Данные объекты обладают высоким рекреационным потенциалом. В группу рекреационных районов, богатых природными ресурсами, выделенных на территории Кемеровской области, вошли три из двенадцати районов: Горношорский; Притомский; Топкинско-Инской. Именно в этих районах расположены основные и наиболее популярные туристские объекты [2]. В связи с высоким спросом на отдых в туристско-рекреационных зонах в Кемеровской области возникает необходимость улучшения рекреационных территорий, создания специальных туристско-рекреационных ресурсов (искусственных водоемов, парков, зон отдыха и пр.) [3].

Список литературы

1. Заднепровская Е.Л. Развитие экологического туризма на особо охраняемых территориях Краснодарского края: монография / Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018, – с.105.
2. Литвак А.И. Интегральная оценка туристско-рекреационного потенциала региона /А.И.Литвак. – Кемерово, 2016. – 176 с.
3. Состояние современной системы особо охраняемых природных территорий в Кемеровской области: [Электронный документ] URL <https://studfiles.net/preview/7400255/> (дата обращения: 04.10.2019).

4. Соловьев Л.И. География Кемеровской области. Природа /Л.И. Соловьев. – Кемерово: ОАО «ИПП Кузбасс», 2018. – 384 с.
5. Томская Писаница: [Электронный документ] URL <http://www.gukmztp.ru/photo.html> (дата обращения: 04.10.2019).
6. Туристско-рекреационный кластер Кемеровской области: [Электронный документ] URL <http://visit-kuzbass.ru/ru/> (дата обращения 04.03.2019).
7. Хатит Ф.Р. Состояние и перспективы развития экологического туризма в России и регионе / Ф.Р. Хатит, А.В. Кравченко, Т.Н. Поддубная, // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт: Материалы всероссийской науч.-практ. конф. с междунар.участием (14-15 апреля 2016 г.). – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – Ч.2. – С. 41-43.

ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ АПШЕРОНСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

ПОДРЕЗОВА А.,

обучающаяся 2 курса,

ЮРЧЕНКО А. А.,

канд. пед. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Событийный туризм – довольно новая ветвь в туристской деятельности. В России он укоренился примерно два десятилетия назад. А в Апшеронском районе Краснодарского края такой вид туризма начал активно развиваться примерно десять лет назад. Необходимо дать определение этому виду туризма, подчеркнуть его инновационность,

рассмотреть проблемы и пути их решения, а также проанализировать немаловажную роль событийного туризма в экономике Краснодарского края.

Цель исследования – проанализировать событийный туризм как туристское направление для Апшеронского района, а также его влияние на экономику данного региона. Также анализируются проблемы событийного туризма и поиск их решений для его успешного развития в Апшеронском районе.

Изложение материалов основного исследования. Событийный туризм – это поездки, мероприятия, фестивали, которые несут в себе характер определенного события. Этот вид отдыха набирает обороты и становится все более масштабным.

Событийный туризм по своей сути является максимально веселым и интересным времяпровождением. Также этот вид туризма называют «в поисках приключений». Яркость того, что человек увидит и услышит, будет являться теми позитивными эмоциями, которые турист захочет привезти с собой из поездки. Событийный туризм даёт возможность туристам почувствовать в необычном для стандартного путешествия действие, которое позволяет взглянуть на новые стороны туристского объекта, факты истории и делает их живыми. Присутствие человека на больших, ярких и интересных мероприятиях рождает острое чувство сопричастности. Даже те люди, которые по своему складу характера не настроены на получение будоражающих кровь эмоций, сами того не понимая, станут одним целым с каким-либо красочным мероприятием. Это в свою очередь способствует социализации как человека, так и общества в целом.

Инновационный характер событийного туризма заключается в совершенно новом видении рекреации и досуга. Его развитию и постоянному изменению в последние годы способствуют активное расширение возможностей коммуникативных, информационных технологий, усиление роли СМИ в

освещении различных мероприятий, повышение потребительской квалификации туристов.

Апшеронский район сам по себе является уникальным туристско-рекреационным регионом. Он обладает огромным потенциалом в области туристской деятельности. Рельеф, климат, многонациональное население, у каждого из которых своя культура, традиции и обычаи – все это уже является огромным рывком для активного развития туризма в Апшеронском районе. В данном районе развиты практически все виды туризма, за исключением морского. Если говорить цифрами статистики – район в этом году посетило туристов на шестнадцать процентов больше, чем в прошлом. Туризм оказывает большое влияние на экономическое развитие района: способствует пополнению бюджета, совершенствованию социальной и рыночной инфраструктуры, создаёт новые рабочие места и занятость населения.

Как говорилось ранее, событийный туризм дал о себе знать около десяти лет назад. Медленно, но, верно, этот вид туризма стал приживаться в Апшеронском районе. Конечно, имеются проблемы, которые требуют постоянного решения.

Основными проблемами событийного туризма, в частности на территории Апшеронского района, являются:

недостаточное финансирование;

плохо развитая туристская инфраструктура;

нехватка определенных площадок для проведения масштабных мероприятий.

Выделенные проблемы довольно долгое время не давали событийному туризму достаточно хорошо развиваться, но уже в прошлом году в силу вступили проекты, направленные на улучшение района, как с туристской стороны, так и в общем целом.

В городе Апшеронск воссоздали кинотеатр «Юбилейный», что привело к немалому потоку приезжих, как с близлежащих поселений, так и с других

городов. Отреставрированы парк «Юность» и Сквер 60-летия Победы, появились площадки, направленные на спортивно-развлекательную и творческую деятельность, строительство новых туристских объектов (базы отдыха, отели с лечебными водами и т.д.).

Все это уже дало плоды активного развития событийного туризма в Апшеронском районе. Благодаря новым площадкам появилась возможность проводить масштабные мероприятия и фестивали, такие как: Всероссийский Фестиваль Красок, Шоу мыльных пузырей, различные тематические дискотеки, фестивали туристско-спортивной направленности (хутор Гуамка и пос. Мезмай) и многое другое.

Резкая активизация событийного туризма плодотворно отразилась на экономике района. Привлечение большого количества гостей на различного рода мероприятия и фестивали обеспечило высокую загрузку не только номерного фонда находящихся рядом гостиниц, но и дало возможность заработать тем, кто проводит экскурсии, продаёт изделия народного промысла и пр. Более чем на 45 процентов по сравнению с прошлым годом увеличился бюджет района. Событийному туризму совсем недавно начали уделять внимание как сектору современной туристской отрасли, но как показали исследования, Апшеронский район прекрасно может развиваться в этом направлении.

Формированию положительного имиджа Апшеронского района, ускорению процессов развития инфраструктуры туризма способствуют разнообразные событийные мероприятия, которые в свою очередь служат наглядным средством популяризации национальных, культурных традиций и обычаев. Классификация основных видов событийного туризма приведена в таблице.

Таблица

Календарь основных мероприятий в Апшеронском районе Краснодарского края

Классификационный признак	Мероприятия	Место проведения
Гастрономические события	Ежегодный фестиваль «Медвежий лук»	х. <u>Гуамка</u> , пансионат «Большая медведица»
Культурные события	Ежегодный фестиваль «Кузнечное дело Кубани»	пос. <u>Мезмай</u> на базе архитектурно-этнографического комплекса музея традиционных ремесел
	Фестиваль <u>Атма Фест</u>	Апшеронский район, пос. Новые Поляны
	Фестиваль «Партизанская сказка 2019»	Парк развлечений вблизи х. <u>Гуамка</u>
Спортивные события	Ежегодный фестиваль скалолазания «Гуамка-2019»	Окрестности х. <u>Гуамка</u>
	Ежегодный межрегиональный фестиваль « <u>Лаго-Наки</u> »	пос. <u>Мезмай</u> , гурбаза « <u>Лаго-Наки</u> »
	Межрегиональный байк-фестиваль	Апшеронский район, х. <u>Гуамка</u>
	Ежегодный фестиваль активных видов туризма «Возрождение-2019»	Палаточный городок близ х. <u>Гуамка</u>
	Ежегодный традиционный туристский фестиваль «К вершинам»	х. <u>Гуамка</u>

Рассмотрим более подробно некоторые мероприятия, приведенные в таблице.

1. Ежегодный фестиваль «Медвежий лук».

Гастрономический фестиваль организован с целью популяризации здорового образа жизни, активных видов туризма, отдыха и посвящен окончанию сезона черемши. Участники и гости фестиваля могут продегустировать блюда из черемши, травяные напитки из горных трав. Мероприятие проходит в пансионате «Большая Медведица» (участник краевой программы «Отдых с видом на горы»). Посетители в игровой зоне могут попробовать свои силы в средневековом многоборье (стрельба из лука, метание ножей и копий). Данный вид досуга осуществляется под руководством инструкторов краснодарского клуба фехтования. На площадках фестиваля работает ярмарка ремесел и товаров народных промыслов, выставка – продажа работ местных художников, проходят мастер – классы по вышивке, ткачеству, активные зрители участвуют в квест-игре.

2. Ежегодный фестиваль «Кузнечное дело Кубани».

Традиционно проведением фестиваля является площадка архитектурно-этнографического комплекса «Кузнечное дело» при детской школе традиционных ремесел Кубани. Социально-культурное значение мероприятия признано и оценено на высоком уровне администрацией Краснодарского края.

Главной задачей проведения фестиваля является создание творческой площадки для профессионального общения и обмена опытом между мастерами. Краевой фестиваль «Кузнечное дело Кубани» год от года расширяет «географию» мастеров-кузнецов во всех регионах России, ближнего и дальнего зарубежья. Мероприятие проходит весело и захватывающе интересно: проводится конкурс домашних заданий, открытый мастер-класс кузнецов, выступление творческих коллективов, выставка-продажа изделий народного декоративно-прикладного искусства, мастер-классы мастеров декоративно-прикладного искусства. В рамках фестиваля проводится краевой семинар «Традиции ручной кузнечнойковки»

3. Фестиваль «Атма Фест».

Данное мероприятие позитивного творчества объединяет людей в атмосфере единства культурных ценностей в поэтической и музыкальной направленности. Фестиваль проходит в п. Новые Поляны, инициатива поддерживается отделом культуры Администрации Апшеронского района, Храмом Святых Апостолов Петра и Павла, а также Апшеронским историко-краеведческим музеем. Фестиваль собирает творческих и талантливых людей Апшеронского района, Краснодарского края для культурного и духовного развития сельской местности.

4. Ежегодный межрегиональный фестиваль «Лаго-Наки».

В октябре, в поселке Мезмай, на территории турбазы «Лаго-Наки», проходит фестиваль для любителей активного отдыха и для специалистов в сфере туризма. Для гостей праздника работают зоны активного отдыха и интерактивные тематические площадки. Любители активного отдыха могут

попробовать силы на скалодроме или фрироупе, попрыгать на батуте, принять участие в увлекательном туристском квесте-геокэшинге, увидеть экстремальные выступления маунтибайкеров, принять участие в мастер-классах по ремесленничеству, художественно-прикладному искусству, продегустировать блюда кавказской и кубанской кухни и пр. На деловой площадке обсуждаются актуальные вопросы по дальнейшему развитию активных видов туризма в районе.

5. Межрегиональный байк-фестиваль.

Мотофестиваль впервые прошел в Апшеронском районе с участием ведущих клубов Краснодарского края. Гости праздника могли посмотреть байк-конкурсы, услышать выступления музыкальных коллективов, а вечером светодиодное и фаер-шоу. На интерактивных площадках фестиваля проводились конкурсы и розыгрыши призов, организована выставка-ярмарка сувениров и экопродуктов, тест-драйвы от мирового автопроизводителя.

6. Фестиваль «Партизанская сказка 2019».

Фестиваль посвящен Дню партизан и подпольщиков. Проходит в окрестностях хутора Гуамка, на месте активных действий партизанских отрядов в период Великой Отечественной войны. Гости смогут посетить тематические оборудованные интерактивные площадки (партизанский лагерь, выставка оружия Великой Отечественной войны, партизанский госпиталь, рубка связиста, минное поле), стать свидетелями реконструкции партизанского боя, поучаствовать в концерте-караоке песен военных лет.

Выводы. Можно сделать вывод, что в настоящее время в Апшеронском районе проводятся все новые и новые событийные мероприятия, праздники, которые способствуют развитию экономики района, повышают привлекательность территории, увеличивают туристский поток. Событийный туризм в Апшеронском районе – одно из приоритетных направлений развития туризма, инфраструктуры.

Список литературы

1. Боряк Е. Фестиваль «Кузнечное дело Кубани» прошел в Мезмае [Электронный документ] URL: <http://www.apsheron-sk-oms.ru/kuznechnoe-delo-kubani-2019.html> (дата обращения 15.08.2019).
2. Календарь туристских и событийных мероприятий на территории Апшеронского района Краснодарского края [Электронный документ] URL: <https://apsmi.ru/2019/08/15/мастера-все-в-гости-к-нам/> (дата обращения 12.09.2019).
3. Кулагин А.С. Событийный туризм как один из важнейших инструментов брендинга Кубани /А. С. Кулагин, Е. Л. Заднепровская //Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа Материалы конференции. – 2018. – С. 241-242.
4. Рагер Ю.Б. Историко-культурный потенциал Кубани как фактор развития туризма /Ю.Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – 2013. – С. 235-239.
5. Самсоненко Т.А. Ресурсный потенциал развития туризма в Апшеронском районе Краснодарского края /Т. А. Самсоненко, А.А. Юрченко // Молодежный спортивный и спортивно-оздоровительный туризм: современное состояние и перспективы развития Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сочи: СГ, 2016. – С. 212-214.
6. Сычева А.А. Туризм на Кубани: состояние и перспективы /А.А. Сычева, А.А. Юрченко //Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Сочи: СГУ, 2016. – С. 96-99.
7. Юрченко А.А. Развитие инновационных форм культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае /А.А. Юрченко, Ю.Б. Рагер,

Т.А. Самсоненко //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2016. – № 1. – С. 131-133.

СПЕЦИФИКА ПЛАНИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ПОЛЗИКОВА Е.В.,

канд. пед. наук, доцент,

ЕРЕМИНА Е.А.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ВОРОБЬЕВА Ж.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Важнейшее место в туризме занимает индустрия гостеприимства. От того, насколько эффективно организована работа гостиниц, во многом зависит уровень развития туризма в регионе. Вместе с тем, чтобы обеспечить эту эффективность, следует учитывать специфику планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия, искать различные решения по формированию ассортимента гостиничных услуг.

Цель исследования – изучить специфику планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия, проанализировать различные решения по формированию ассортимента гостиничных услуг.

Изложение материалов основного исследования. Чем более эффективно сформирован ассортимент гостиничных услуг гостиничного предприятия, тем больше вероятность качественного и максимально полного удовлетворения

спроса туристов. Планирование ассортимента продукции гостиничного предприятия является целенаправленной деятельностью, основанной на стратегическом планировании деятельности гостиничного предприятия, а также на комплексном внедрении в данный процесс современных информационных технологий [1]. Планирование эффективного ассортимента влечет за собой максимально полное удовлетворение спроса на гостиничные услуги, повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия, обеспечивая видовое разнообразие конкуренции на рынке гостиничных услуг[2].

Поэтому надо выделить ряд приоритетных задач, которые стоят перед руководством гостиничного предприятия, при принятии решений по формированию ассортимента предлагаемых гостиничных услуг: удовлетворение спроса туристов; эффективное применение профессиональных знаний и опыта сотрудников гостиничного предприятия; оптимизация издержек на продвижение услуг гостиничного предприятия, а также поиск путей повышения экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия путем распределения долей гостиничных услуг в ассортиментной линейке гостиничного предприятия; разработка методов привлечения новых туристов путём расширения сферы применения существующего ассортимента; соблюдение принципа гибкости за счёт диверсификации гостиничных направлений[4]. Рынок гостиничных услуг оказывают разное влияние на ассортимент продукции в каждом конкретном гостиничном предприятии. Они зависят от специфики деятельности гостиничного предприятия:

самостоятельно ли это действующий отель или по франшизе;

насколько отель является крупным;

ведет ли гостиничное предприятие универсальную деятельность или специализируется на узком сегменте;

насколько оптимально технически оснащены контактные зоны гостиничного предприятия;

каковы условия сотрудничества с основными агентами и туроператорами;

есть ли наработанная клиентская база;

насколько высока конкуренция в поле деятельности гостиничного предприятия.

Планирование маркетинговой деятельности в целом и планирование ассортимента в частности предъявляют повышенные требования к кадровой структуре гостиничного предприятия [3].

При планировании ассортимента гостиничных продуктов и гостиничных услуг как в самостоятельных гостиничных предприятиях, так и в франшизных, необходимо учитывать фактор взаимозаменяемости гостиничных услуг. В случае отсутствия в наличии запрашиваемого гостиничных услуг или их неудовлетворительного качества, как правило, сотрудники гостиничного предприятия предлагают туристу альтернативу – гостиничные услуги схожие по стоимости и качеству в аналогичный период времени, или те же гостиничные услуги, но со смещением запрашиваемых дат.

Важно отметить, что фактор сезонности серьёзно влияет на повышение или существенное снижение спроса на большинство гостиничных услуг. Данный факт еще раз указывает на высокую роль ассортимента продукции в деятельности гостиничного предприятия, а также подтверждает необходимость динамичного изменения номенклатуры гостиничных услуг с учетом фактора сезонности, и наличия обширного ряда ценовых стратегий: раннего бронирования, специальных предложений.

Специфика планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия – это не только принятие решений о расширении линейки реализуемых гостиничных услуг, но и о снятии с продажи тех или иных гостиничных услуг. Решения о внедрении новых гостиничных услуг или исключении их из ассортиментного портфеля должны опираться на понимание жизненного цикла гостиничных продуктов и гостиничных услуг.

Выводы. Решения о внедрении новых гостиничных услуг или исключении их из ассортиментного портфеля должны опираться на понимание жизненного

цикла гостиничных продуктов и гостиничных услуг. При принятии таких решений стоит обратить внимание на то, что на стадиях внедрения и роста реализуют базовые гостиничные услуги, которые пользуются максимальным спросом у туристов; к стадии зрелости выходит наиболее расширенный ассортимент продуктовой линейки; в стадии спада остаётся самые лучшие и ходовые гостиничные услуги [5]. Планирование ассортимента продукции гостиничного предприятия ставит своей задачей выделить набор гостиничных услуг, находящихся на рынке гостиничных услуг в разных стадиях жизненного цикла. Устойчивый ассортимент гостиничных услуг обуславливает сокращение временных издержек на поиск запрашиваемых гостиничных услуг, позволяет стандартизировать все важнейшие процессы.

Список литературы

1. Заднепровская Е.Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, Т.А. Джум, А.В. Казалиева // Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», – 2019. – № 4. – С. 615-620.
2. Заднепровская Е.Л. К вопросу о перспективах развития бюджетных средств размещения (на примерах хостелов) / Е.Л. Заднепровская, Н.О.Сутормин // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства: материалы II-й международной научно-практической конференции. – Донецк: ГО ВПО «Дон НУЭТ», 2019. – С.45-48.
3. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
4. Кравченко, К.С. Совершенствование системы дополнительных услуг в гостинице «Villa marina» / К.С. Кравченко, М.В. Коренева // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы II

международной научно-практической конференции. – Донецк: ДАУГС, 2018. С. 238-240.

5. Шпырня, О. В. Функции и видовое разнообразие конкуренции на рынке гостиничных услуг / О. В. Шпырня, Л. А. Габриелян // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 126-128.

6. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма: учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012. – 256 с.

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ РЕАЛИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ПОЛЗИКОВА Е.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ЕФРЕМОВА В.,

обучающаяся 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. При планировании концепции реализации ассортимента продукции любое гостиничное предприятие должно определить и выделить для себя ряд сегментов гостиничных услуг, подобранных с целью повышения экономически эффективной деятельности отеля в период каждого сезона. В связи с этим в ассортиментной политике гостиничных предприятий основное внимание уделяется мониторингу стоимости гостиничных услуг, находящихся на различных стадиях жизненного цикла[1].

Эффективность разработанной прямо пропорционально коррелирует с конкурентоспособностью и обуславливает видовое разнообразие конкуренции на рынке гостиничных услуг[5].

Цель исследования. Изучить вопросы разработки концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия, анализируя различные методики формирования ассортимента гостиничных услуг.

Изложение материалов основного исследования. Для достижения вышеуказанной цели концепция реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия выделяет ряд задач, требующих немедленного решения:

максимально эффективное удовлетворение спроса гостей;

оптимальное использование конкурентных преимуществ отеля;

рационализация совокупных финансовых издержек, направленных на продвижение и продажу гостиничных услуг;

грамотное использование методов маркетинга;

введение в ассортиментную линейку отеля новых гостиничных услуг [7].

Формирование концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия обусловлено следующими принципами:

ассортиментная политика является управляемым фактором, который может повысить конкурентоспособность отеля на региональном рынке гостиничных услуг;

грамотная ассортиментная политика решает ряд задач, ориентированных на обеспечение успешного коммерческого функционирования гостиничного предприятия.

Мы предлагаем следующие мероприятия, необходимые для разработки концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия:

SWOT-анализ;

анализ жизненного цикла гостиничных услуг;

анализ портфеля гостиничных услуг [8].

Также не стоит забывать о важности внедрения современных информационных технологий во все маркетинговые процессы гостиничного предприятия, в том числе и в структуру концепцию планирования ассортимента [3; 4]. Типичными проблемами, при планировании концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия в настоящее время являются:

- отсутствие четко разработанного алгоритма формирования ассортимента продукции гостиничного предприятия;

- отсутствие системного подхода, направленного на решение оперативных задач и стратегических целей деятельности гостиничного предприятия при подборе ассортиментной линейки.

При широком применении разноплановых заимствованных методик разработки концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия очень часто отсутствует единая технология формирования структуры ассортимента, которая отвечала бы требованиям современного гостиничного рынка и вела к повышению конкурентоспособности отеля.

В ходе проведенного исследования механизма планирования ассортимента гостиничных услуг нами были выявлены следующие типичные ошибки:

- неполное знание менеджерами гостиничных предприятий основных направлений своей деятельности;

- отсутствие единой технологии и, как следствие, высокие временные издержки, при подборе оптимальных предложений гостиничных услуг и услуг, соответствующих запросу гостей.

При рассмотрении всех возможных ассортиментных стратегий, необходимо учитывать влияние различных факторов на продуктовую линейку. Способность оперативно принимать оптимальное решение по формированию ассортиментной линейки, соответствующей запросам гостя, требует высокого профессионализма менеджеров отеля, их умения анализировать данные обо всех характеристиках гостиничных услуг. Обобщая вышесказанное, нами был

сделан вывод о наличии следующих факторов, влияющих на формирование ассортимента продукции гостиничного предприятия:

- 1) качество управленческих решений;
- 2) специализация гостиничного предприятия;
- 3) параметры спроса на гостиничные услуги и круг потребностей гостей;
- 4) туристские агенты, реализующие гостиничные услуги и другие партнеры;
- 5) емкость рынка гостиничных услуг;
- 6) материально-техническая база;
- 7) демографические характеристики рынка гостиничных услуг;
- 8) персонал гостиничного предприятия;
- 9) наличие и качественный уровень реализуемого комплекса маркетинговых коммуникаций (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи).

Выводы. Считается, что именно персонал играет самую важную роль в процессе разработки концепции реализации ассортимента продукции гостиничного предприятия, а значит, необходимо самое пристальное внимание уделить организации маркетинговой службы гостиничного предприятия [2; 6].

Список литературы

1. Заднепровская Е.Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, Т.А. Джум, А.В. Казалиева // Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 4. – С. 615-620.
2. Заднепровская Е.Л. К вопросу о перспективах развития бюджетных средств размещения (на примере хостелов) / Е.Л. Заднепровская, Н.О. Суторин // Современные тенденции развития туризма и индустрии

гостеприимства: материалы II-й международной научно-практической конференции. – Донецк: ГО ВПО «Дон НУЭТ», 2019. – С.45-48.

3. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.

4. Кравченко, К.С. Совершенствование системы дополнительных услуг в гостинице «Villa marina» / К.С. Кравченко, М.В. Коренева // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы II международной научно-практической конференции. – Донецк: ДАУГС, 2018. С. 238-240.

5. Шпырня, О. В. Функции и видовое разнообразие конкуренции на рынке гостиничных услуг / О. В. Шпырня, Л. А. Габриелян // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 126-128.

6. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма: учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012. – 256 с.

7. Шпырня О.В. Использование информационных технологий в гостиничном бизнесе / О. В. Шпырня // Вестник Кубанского института международного предпринимательства и менеджмента. – 2012. – № 3 (16). – С. 108-110.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОБЛЕМАТИКА АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ПОЛЗИКОВА Е.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ЛЯЛИКОВА Е.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В практике туристской деятельности крайне редко попадаются организации, обладающие только лишь одной целью. Туристские предприятия, обладающие рядом взаимозависимых целей, называют сложными организациями. Это обуславливает определенную специфику процесса принятия управленческих решений в туристском бизнесе[8].

Немаловажно то, что чтобы запланированные цели были реальными и осуществимыми. Люди играют самую главную роль в любой организации. На сегодняшний день структура туристских предприятий строится так, что руководство фирмы достигает целей посредством своих подчиненных. Способность и возможность достигнуть установленных целей будет под вопросом, если управляющий туристским предприятием или менеджеры фирмы не будут ставить во внимание личность сотрудника в соотношении с его личными особенностями. Это особенно важно при использовании маркетинговых методов для привлечения иностранных туристов [3].

Цель исследования – проанализировать маркетинговую проблематику анализа деятельности туристских предприятий, изучая современные подходы к маркетингу туристских услуг.

Изложение материалов основного исследования. Люди, несомненно, являются главным фактором модели внутренней среды маркетинга туристского предприятия. Важная цель работы в сфере трудовых ресурсов является наличие персонала требуемого уровня, отвечающего стратегиям туристского предприятия. Фирма может конкурировать на туристском рынке, а также она должна усиливать свое присутствие на нем и расширять имеющуюся долю. При этом, центральное место занимает изучение слабых сторон, так как если туристское предприятие будет знать их и, оно сможет их устранить. Вообще значение маркетинговых исследований в деятельности туристского предприятия сегодня трудно переоценить [2].

Эффективная конкуренция стимулирует изучение всех групп клиентов. Основными клиентами туристских предприятий являются представители всех сегментов рынка. Сотрудники туристских предприятий определяют целевой сегмент последующим параметрам:

- 1) возраст;
- 2) уровень дохода – средний и выше среднего;
- 3) образование – среднее, среднее специальное, неполное высшее, высшее (бакалавриат, магистратура, аспирантура);
- 4) семейное положение – отсутствие семьи, семья без детей, семья с одним ребенком, семья с несколькими детьми;
- 5) стиль жизни – пассивный, активный[9].

Однако это не означает, что все потребители услуг туристских предприятий попадают подданные категории. Но именно указанные категории помогают продвигать туристские продукты и окупить затраты. Факторы, оказывающие влияние на спрос:

- уровень доходов;
- раса;
- пол;
- образование;

образ жизни и т.д.[7].

Важнейшими предпосылками возникновения массового туризма и поддержания соответствующего уровня спроса на туристские услуги, являются увеличение свободного времени и рост благосостояния людей. Благодаря увеличению свободного времени, увеличивается и спрос на туристские услуги. При этом спрос сегодня в индустрии туризма в большей степени обусловлен использованием туристскими предприятиями современных информационных технологий на стадии разработки, продвижения и реализации туристского продукта. Это подтверждается многочисленными исследованиями в этой сфере [4; 5; 6].

На основе проведенного исследования, можно утверждать, что в туристская индустрия сегодня имеет стабильный спрос на свои услуги и он будет только возрастать. Для оценки сравнительных преимуществ деятельности туристского предприятия, можно использовать метод сегментации рынка по основным конкурентам, помогающий систематизировать информации.

Современные подходы к маркетингу туристских услуг показывают, что сегодня очень важна конкурентоспособность предприятия на рынке [10]. Факторами конкурентоспособности в данной ситуации являются:

- наружная реклама;
- интерьер офиса;
- внешний вид менеджеров;
- отзывчивость;
- профессионализм;
- предложение дополнительных услуг;
- соответствие запросу.

Все изменения, которые нашли применение и приносят экономическую и социальную пользу относят к инновациям. Некоторые из инноваций находят прямое применение в деятельности туристских предприятий, другие – косвенное.

Одним из важнейших элементов инноваций являются информационно-коммуникационные инновации. В последние годы создано множество программ для поиска как готовых туров, так и для поиска отдельных туристских услуг, что стимулирует развитие самостоятельного туризма. Именно инновации сегодня являются основным драйвером повышения эффективности продаж в индустрии туризма [1].

Выводы. Управление инновациями в основном зависит от индивидуальных умений менеджера туристского предприятия, то есть для грамотного управления с минимальными затратами требуется профессионал, который не перестает развиваться и учиться чему-то новому. Все эти факторы говорят о том, что инновации требуют комплексности и взаимодействия между собой, чтобы привести к их распространению и популяризации.

Список литературы

1. Еремина Е.А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е.А.Еремина, Д.М.Джабарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – № 1. – С. 117-119.
2. Заднепровская Е.Л. Методические аспекты разработки маркетинговой стратегии предприятий ресторанного бизнеса: монография / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум, В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 109 с.
3. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
4. Кравченко, К.С. Совершенствование системы дополнительных услуг в гостинице «Villa marina» / К.С. Кравченко, М.В. Коренева // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы II

международной научно-практической конференции. – Донецк: ДАУГС, 2018. – С. 238-240.

5. Немцова, В. О. Значение маркетинговых исследований в деятельности туристского предприятия / В. О. Немцова, О. В. Шпырня // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: материалы конференции. Редколлегия: Г. Д. Алексанянц, А. И. Погребной, Л. И. Просоедова. – 2017. – С. 245-247.

6. Печеницина, В. Н. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет / В. Н. Печеницина, О. В. Шпырня // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития; материалы VI Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 340-342.

7. Шпырня, О. В. Тенденции развития комплекса маркетинговых коммуникаций туристских предприятий в Интернете / О. В. Шпырня, В. Н. Печеницина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар: КГУФКСТ. – 2018. – Т. 3. – С. 138-140.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА РЕКЛАМЫ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

ПОЛЗИКОВА Е.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

САМОРОДОВ А.,

студент 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Средства рекламы являются одной из главных составляющих рекламной коммуникации, так как именно от правильного выбора вида и средств размещения рекламы в большей степени

зависит эффективность рекламной деятельности. При этом реклама является важнейшим элементом информационно-аналитического обеспечения деятельности туристских предприятий [5]. В последние годы лидирующее значение приобретает реклама туристских услуг в Интернете, однако грамотно пользоваться этим видом рекламы могут не все.

Цель исследования – изучить особенности организации процесса рекламы туристских услуг в Интернете.

Изложение материалов основного исследования. Средство рекламы – это прием реализации идеи рекламного обращения к потребителям, базирующийся на определенных органах чувств туристов (визуальные, аудиальные раздражители) и способствующий получению необходимого обратного эффекта. Реклама в Интернет на сегодняшний день является одним из самых эффективных и рентабельных средств распространения рекламных объявлений. Прежде всего, данный вид рекламы позволяет охватить большую часть туристов, при этом имея полное отсутствие территориальных ограничений. При этом сегодня уже неактуальна дискуссия о необходимости использования в своей профессиональной деятельности информационных технологий в целом и Интернет-технологий в частности. При этом не ставится под сомнение целесообразность использования Интернет-технологий – от продвижения отдельной туристской услуги до регионального бренда [4].

Также главным принципом работы данного средства распространения рекламы является вовлечение туриста в преподносимую информацию, следовательно, чем качественней будет проделана организация рекламы, тем больше будет появляться интерес у потенциальных туристов к турпродукту или туристской услуге [1].

Существуют различные способы реализации рекламных объявлений во всемирной паутине:

медийная реклама – размещается на тематических сайтах в формате баннера, выскакивающих объявлений, бегущих строк;

поисковая реклама – размещение рекламных объявлений рядом с поисковой системой или получаемым результатом поиска, как правило, это текстовая реклама [2].

Также возможно размещение на сайтах партнеров поисковых систем;

вирусная реклама – один из быстрорастущих способов продвижения турпродуктов в Интернет, так как в данном случае применяется не только глобальная реклама в Интернет, но и одновременно работает правило сломанного телефона – за счет необычного или яркого послания, как правило, это видео или flash-приложение; потенциальные потребители, целевая аудитория сами распространяют информацию о турпродукте или туристской услуге;

всплывающие окна (spyware) – вид рекламы на подобие спама, чаще всего используется на сайтах с большой посещаемостью;

электронная доска объявлений – аналогична с обычной доской объявлений, но отличается высокой оперативностью обновления информации и большего пространства распространения;

реклама в социальных сетях (SMM) – в настоящее время социальные сети являются мощным инструментом и платформой для продвижения турпродуктов и туристских услуг, так как на сегодняшний день все больше появляется новых пользователей, учетных записей в социальных сетях, следовательно, увеличивается и охватываемая аудитория. Помимо этого, реклама в социальных сетях привлекает больше внимания, нежели на сайте или в поисковиках. Одними из лидеров в России являются такие платформы как Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Telegram [6; 8].

Еще одним не мало важным средством размещения рекламы является директ-маркетинг (direct-marketing) в Интернет. При помощи данного способа размещения рекламы, туристские предприятия могут выстраивать прямые маркетинговые коммуникации с целевой аудиторией, используя

информационно-коммуникационные технологии. Данный метод имеет ряд преимуществ:

избирательность – туристское предприятие само может выбирать регион, в котором будет осуществляться реклама турпродуктов или туристских услуг, и круг определенных юридических лиц;

отсутствие рекламы конкурентов – реклама не сможет затеряться среди других рекламных объявлений конкурентов;

конфиденциальность – возможность обращения лично к туристу, вместе с этим скрытое от конкурентов [3].

Выводы. На данный момент лидирующее место по размещению рекламы занимает телевидение, но в связи с интенсивным развитием Интернет-пространства, в скором времени реклама в Интернет будет иметь больший спрос, нежели телевизионная.

Список литературы

1. Еремина Е.А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е.А. Еремина, Д.М. Джабарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – № 1. – С. 117-119.
2. Коренева, М. В. Практика сервиса: учебное пособие / М. В. Коренева, И. С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.
3. Мороз В. А. Информационно-аналитическое обеспечение деятельности туристских предприятий / В. А. Мороз, О. В. Шпырня // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – 2018. – С. 263.
4. Печеницина, В. Н. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет / В.Н. Печеницина, О.В. Шпырня // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития; материалы VI Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 340-342.

5. Шпырня, О. В. Тенденции развития комплекса маркетинговых коммуникаций туристских предприятий в Интернет / О.В. Шпырня, В.Н. Печеницина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 138-140.

6. Шпырня, О. В. Использование Internet-технологий в реализации услуг туристского агентства / О.В. Шпырня, А.А. Савченко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 141-143.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ И ИНВАЛИДОВ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

ПОПОВА А.С.,
студентка 4 курса,
ПОДДУБНАЯ Т.Н.,
д-р. пед. наук, профессор,
кафедра социально-культурного сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Социальный туризм, несмотря на свое утверждение в ФЗ №-132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», до недавнего времени оставался в большей степени декларативной мерой, так как по сути материальных ресурсов на его развитие из федерального бюджета не выделялось, а туристические фирмы ввиду низкой платежеспособности целевых групп социального туризма не инвестировали в его развитие средства [8; 9]. Однако в настоящее время ряд наиболее развитых регионов России, в том числе Ставропольский край, в рамках реализации программы «доступная среда», а так же ряда иных государственных программ,

направленных на улучшение жизненных условий малообеспеченных, частично дееспособных или не дееспособных граждан принимают активные меры, направленные на развитие социального туризма [4]. Поскольку в Ставропольском крае помимо государственных ассигнований и фондов (которые преимущественно субсидируют данное направление) действенную финансовую поддержку социальному туризму оказывают социальные предприниматели, которые стремятся сделать доступными туристические услуги за счёт бизнес-подхода и инновационных решений, одновременно участвуя в тендерах на получение льготных займов и грантов. Большинство исследователей современной российской туристической индустрии придерживаются мнения о том, что подобный подход в перспективе может стать дополнительным стимулом к повышению рейтинга турфирм и туроператоров, добровольно включенных в процесс развития социального туризма в России [1]. В связи с этим опыт развития социального туризма в Ставропольском крае способен стать наглядным примером, способным стимулировать процессы укрепления подобных тенденций.

Цель исследования – рассмотреть возможности и предпосылки развития социального туризма для пенсионеров и инвалидов в Ставропольском крае.

Изложение материалов основного исследования. Яркой иллюстрацией проводимой работы является развертывание Лермонтовским краевым центром Ставропольского края масштабного проекта «Социальный туризм для пожилых», который предназначен и для лиц с ограниченными возможностями [8]. Директор центра Т.Н. Курбацкая говорит о развивающемся проекте следующее: «Участие в программе поможет воплотить эти мечты, а заодно получить мощный заряд позитива и бодрости. Ведь среди наших пенсионеров есть много людей энергичных и любознательных, жаждущих ярких впечатлений и новых открытий, и туризм для них - один из лучших способов продления активного долголетия» [7]. В рамках утвержденной программы совершенствуются такие направления, как: изучение культуры края, туризм-

отдых, лечебно-оздоровительный туризм, экологический, и, что сегодня особенно актуально, православный туризм. Более 20 туристических объектов благодаря реализуемым направлениям могут сегодня посетить пенсионеры и инвалиды края в рамках работы Лермонтовского центра [1].

В комплексе с реализуемым проектом за период 2014-2018 гг. Правительством Ставропольского края были проведены широкомасштабные мероприятия в рамках программы по улучшению социально-экономического положения и повышения качества жизни граждан пожилого возраста в Ставропольском крае [6]. В перечень задач программы помимо улучшения жилищно-коммунальных и транспортно-инфраструктурных условий для социально незащищённых категорий граждан вошли также пункты, указывающие на совершенствование предоставляемых социальных услуг для пожилых граждан и граждан с ограниченными возможностями. Кроме того, в рамках программы возрос объем выделяемых финансовых средств на социальное обслуживание населения [9]. Часть средств была потрачена на развитие социального туризма в крае, на что дается отсылка в описании Государственной программы развития туризма «Туристско-рекреационный комплекс» Ставропольского края [2].

Однако по данным Министерства туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края сфера социального туризма для пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями, несомненно, не избавлена от несовершенств и нуждается в значительных преобразованиях.

Во-первых, к социально незащищенным категориям граждан требуется особый подход со стороны турфирм. В частности, до сих пор ощущается недостаток в профессиональных гидах, имеющих необходимую квалификацию, позволяющую сопровождать в автобусных и пеших экскурсионных маршрутах пожилых людей и инвалидов. Кроме того, для сопровождения инвалидов зачастую требуется специализированное дорогостоящее оборудование [3].

Во-вторых, на низком уровне до настоящего времени находится система информационного оповещения социально незащищенных граждан о возможностях, которые становятся доступными для них в рамках реализуемых госпрограмм. Очевидно, что к проведению информирования необходимо активно подключать центры социальной поддержки и обеспечения населения на сайтах, которых о социальном туризме до настоящего времени информации обнаружено не было [2].

Выводы. Несмотря на существующие проблемы, развитие в сфере социального туризма Ставропольского края продолжается. Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что социальный туризм оказывает большое влияние на оздоровление пожилых и людей с ограниченными возможностями, являясь фактором, противодействующим гипокинезии, которая деструктивно влияет на здоровье и психику. Двигательные ограничения значительно снижают жизненные возможности, служат причиной угнетения, уныния, стресса, потери веры в себя. Через туризм осуществляется терапия и профилактика психосоматических заболеваний, поддержание физической формы и здоровья. Итак, социальный туризм в Ставропольском крае без сомнений останется перспективным направлением развития сферы санаторно-курортных, а также экскурсионных туристических услуг.

Список литературы

1. Бугорский В.П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 165 с.
2. Государственная программа развития туризма «Туристско-рекреационный комплекс» Ставропольского края // Официальный сайт Министерства туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края. – URL: <http://mintourism26.ru/programmy/gosudarstvennyye-programmy-stavropolskogo-kraya/Туристско-рекреационный%20комплекс/> (дата обращения: 11.10.19).

3. Доступный для инвалидов туризм будут развивать в СКФО // РИА «Регион онлайн». – URL: http://anoaura.ru/wheelchair_accessible_tourism_will_develop_in_the_ncfd (дата обращения: 09.10.19).

4. О реализации подпрограммы «Доступная среда» государственной программы Ставропольского края «Социальная поддержка граждан» в 2018 году // Министерство труда и социальной защиты населения Ставропольского края. – URL: http://www.minsoc26.ru/social/sreda/soc_poddergka/ (дата обращения: 10.10.19).

5. Основные направления формирования и развития городской индустрии развлечений, туризма и гостиничного сервиса // Официальный сайт администрации города Ставрополь. – URL: <https://ставрополь.рф/city/economica/tirizm/> (дата обращения: 10.10.19).

6. Постановление Правительства Ставропольского края №-84-п от 5.03.2014 «О краевой программе «Улучшение социально-экономического положения и повышения качества жизни граждан пожилого возраста в Ставропольском крае на 2014-2018 годы». – URL: <http://docs.cntd.ru/document/460274412> (дата обращения: 11.10.19).

7. Проект «Социальный туризм для пожилых граждан и инвалидов» // ГБУСО «Лермонтовский комплексный центр социального обслуживания населения». – URL: http://лкцсон.рф/index/quot_socialnyj_turizm_quot_dlja_pozhilykh_grazhdan_i_invalidov/0-23 (дата обращения: 10.019.19).

8. Поддубная Т.Н. Состояние, проблемы и перспективы развития социального туризма в России / Т.Н. Поддубная, П.С. Клицевич// Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием (20 апреля 2017 г., Краснодар). – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – С. 227-231.

9. Сметанкина А.А. Анализ нововведений в сфере социального туризма в Краснодарском крае за последние годы / А.А. Сметанкина, Е.Л. Заднепровская

// Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: материалы конференции. – Краснодар, КГУФКСТ. – 2018. – С. 286.

10. Социальный туризм для пожилых // Министерство труда и социальной защиты населения Ставропольского края. – URL: http://mintrudsk.ru/social/news/index.php?ELEMENT_ID=29143 (дата обращения: 9.09.19).

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И СПРОСА НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

***РАДАЕВ Б.Д.,
магистрант,***

***ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность данной работы заключается в том, что спрос на турпродукт в ДНР с каждым годом увеличивается. По мнению специалистов, мировая индустрия туризма входит в период постоянно увеличивающегося объема путешествий, усиливающейся конкуренции среди регионов и стран пребывания. Это актуально, в том числе, для регионов с неопределенным статусом, к которым относится и Донецкая Народная Республика, что обуславливает необходимость тщательного изучения спроса для корректировки предложения туруслуг в регионе.

Цель исследования – исследование предложения и спроса на туристический продукт в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. Исходя из того, что туризм – отрасль экономики, нельзя обойтись без таких базовых понятий как туристский спрос и туристское предложение, которые, в свою очередь, имеют

основополагающее значение для понимания туризма как отрасли экономики. Туризм на сегодняшний день считается критерием развитости общества, средством познания окружающего мира, методом повышения культурного уровня и восстановления здоровья туристов.

Ключевым элементом на рынке туристических услуг является спрос. Туристский спрос – потребность покупателя (туриста) в предоставлении туристского продукта, обеспеченная денежными средствами. Включает в себя три основных вида:

фактический – спрос явно видно, потребитель нуждается в туристическом продукте и может удовлетворить свою потребность;

скрытый – покупатель не может удовлетворить свои потребности из-за отсутствия предложения или возможностей удовлетворить его (например, финансовых и др.);

нулевой – покупатель не проявляет интерес к туристическому продукту.

Спрос на туристические услуги гласит, что рост рыночной цены при прочих неизменных условиях уменьшает объем спроса и, наоборот, снижение рыночной цены увеличивает объем спроса. В целом в отношении большинства туристических услуг имеет место непропорциональное увеличение спроса относительно снижения цены, а в случае ее повышения спад является относительно меньше. Это связано с тем, что рынок туристических услуг – это, как правило, рынок неценовой конкуренции, на котором определяющую роль играют такие факторы, как качество услуг, репутация турагентства и др. Высокая степень дифференциации спроса предполагает возможность выбора туристами продуктов, различных по уровню качества, набору дополнительных услуг, направлениям поездок и т.д. Туристы стремятся самостоятельно выбирать из предложенных туристическим предприятием услуг отдельные составляющие, самостоятельно формировать туры и определять программу тура.

Спрос на туристические услуги в Донецкой Народной Республике сталкивается с рядом проблем. Среди них, например:

недостаточный фактический спрос на турпродукт в регионе, что связано с низкой платежеспособностью населения;

отсутствие законодательной и нормативно-правовой базы в данной сфере. Например, в настоящее время в ДНР имеется единственный законопроект Закона «О туристской деятельности», который не может быть принят по причине отсутствия страхования туристов на территории Республики и финансового обеспечения ответственности туркомпаний из-за несформированности банковской системы;

на туристическом рынке появилось большое количество компаний, которые, предоставляя услуги на низком профессиональном уровне, пренебрегают качеством турпродукта, из-за чего «бросают тень» на добросовестные компании.

Для решения выявленных проблем необходимо:

1. Стимулировать рост спроса на турпродукт в регионе за счет: увеличения доли предложения более доступных услуг (например, Абхазия, ЮФО РФ и др. недорогие направления); формирования турпродукта на основе включения в него доступных услуг (например, проживание в недорогих коллективных средствах размещения, в кемпингах и др.), продажи доступных горящих туров и туров в межсезонье или несезон, стимулирования предварительного бронирования туров;

2. Сформировать нормативно-правовую и законодательную базу туризма, что создаст предпосылки для развития туризма в регионе, в том числе и въездного;

3. Оптимизировать деятельность турагентств региона за счет популяризации внутреннего турпродукта, участия в ярмарках и стимулирования развития въездного туризма.

Выводы. Таким образом, формирование тупредложения в ДНР должно учитывать особенности туристского спроса, как внутреннего, так и внешнего, для устойчивого развития туризма в регионе, в первую очередь внутреннего и въездного. Учет приведенных в данной работе рекомендаций позволит обеспечить устойчивое развитие туризма даже в условиях нестабильности и неопределенности статуса региона.

Список литературы

1. Дмитриев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов. / М.Н. Дмитриев М.Н. Забаева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 110 с.
2. Спрос и предложение в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=802866>

ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА НА ЮЖНОМ БЕРЕГУ КРЫМА, ВОЗРОЖДАЮЩЕГО КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ

СЕЛИВАНОВ В. В.,

канд. экон. наук, доцент,

*Гуманитарно-педагогическая академия ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»(филиал),
г. Ялта, Российская Федерация*

Постановка проблемы в общем виде. Сегодня культурно-познавательный туризм является одним из самых распространенных видов туризма. Россия имеет неисчерпаемый ресурс в виде богатой истории и знаковых регионов. Одним из таких мест является Республика Крым. Территория Крыма насыщена достопримечательностями, что и обуславливает популярность и привлечение туристов в регион, и дальнейшую перспективу развития в этом направлении.

Туристы РФ, которые интересуются богатой историей, архитектурой, природными объектами имеют возможность получить необходимые знания и информацию во время экскурсий, тем самым удовлетворяя свою потребность в знаниях и культурной эстетике. Для развития этих знаний нами разработан новый туристский маршрут.

Цель исследования – обозначить одно из возможных направлений развития туристской отрасли Крыма. Предлагаемый маршрут включает в себя некоторые составляющие историко-культурного наследия России и доступен для широких слоев отдыхающих, интересующихся историей и природными богатствами Крыма.

Изложение материалов основного исследования. Республика Крым имеет широкие перспективы в развитии культурно-познавательного туризма. Всемирно известны экскурсионные объекты – Ласточкино гнездо, Ливадийский, Воронцовский, Массандровский дворцы. Эти достопримечательности, безусловно, остаются и будут оставаться визитными карточками Крыма. Но, в последнее время существует потребность в создании нового продукта, новых маршрутов.

В Крыму существует огромное количество заброшенных построек – дворцы, усадьбы, дачи влиятельных особ дореволюционного времени, которые по тем или иным причинам историческим причинам были приведены в аварийное состояние. Тем не менее, эти объекты имеют интересную историю, о которой можно повествовать в ходе новых экскурсионных маршрутах.

Нами разработан новый экскурсионный маршрут по городу Алупка, который находится в 15 км от города Ялта. История города начинается еще с 10 века н.э. На тот момент поселение называлось «Алубика». Далее была переименована Генуэзцами XIV—XV веках в Люпико, что переводиться как «лисыя нора». В 1475—1774 годах Алупка была коронным владением Османских султанов. После присоединения Крыма к России в 1783 году Алупка принадлежала князю Григорию Потёмкину, с 1823 года перешла во

владение Михаила Воронцова, который построил здесь дворец, а также церковь и мечеть.

Алупка становится полномасштабным популярным курортом в XX веке. И в начале этого же столетия начинает создаваться планомерная инфраструктура населённого пункта, строились курортные рекреационные учреждения. В разные годы тут проходили лечение и отдыхали Фёдор Шаляпин, Максим Горький, Валерий Брюсов, Иван Бунин, Михаил Коцюбинский, Леся Украинка, Сергей Рахманинов и другие. В Алупке и ее ближайших окрестностях работали такие выдающиеся художники как: Иван Шишкин, Василий Суриков, Константин Богаевский. Все эти исторические фигуры олицетворяли на этих землях историю, к которой каждый турист посещающий город возвращается вновь и вновь.

Основываясь на исторических фактах и старых фотографиях, картинах мы можем воссоздать первоначальный облик города, и попутешествовать во времени проходя по улицам старинной Алупки.

Краткое ознакомление с маршрутом по исторической Алупке начинается возле основного корпуса бывшей дачи Смуровой. Первоначально данное здание было построено 1888 году под пансион «Москва» родственником известного русского путешественника и публициста М.П. Погодина. Пансион считался лучшим в Алупке в конце XIX века.

После революции 1917 года в этом здании был организован санаторий для лечения больных туберкулезом и до сегодняшнего дня оно так и остается в статусе санатория под названием «Солнечный». До сих пор все здания корпусов дачи Смуровой сохранили свой первоначальный вид – металлические конструкции, витражи, балконы, внутри сохранились все деревянные рамы, двери. Данные здания являются самыми сохранившимися в городе Алупка.

Следующий объект показа - это бывшая гостиница, также здание современного санатория «Солнечный» корпус №3. Ранее строение принадлежало Борису Александровичу Телепчи, самому богатому жителю

Алупки крымскому татарину, принявшему христианство. Один из самых крупных меценатов южного берега Крыма, отдавший свой участок земли под кладбище, подаривший санаторию им. Боброва рентген аппарат. Во время гражданской войны и революции помогал жителям Алупки, дальнейшая судьба его неизвестна.

Следующий объект – это гостиница «Франция», одна из двух официальных гостиниц Алупки. В ней было 35 номеров, свой сад. Здание принадлежало французу Якову Россе, которому также принадлежал магазин на набережной г. Ялта. Это здание интересно тем, что на фасаде сохранилось под штукатуркой полное название магазина, который в то время находился на первом этаже. Если провести реставрационные работы, то возможно восстановление первоначального вида надписей. Сохранились все балкончики, резьба и виднеется изначальный цвет фасада. Здание находится в частных руках, готовится к продаже.

Интересный вид открывается на южный фасад дачи купца Павла Ивановича Воскресенского, дача описывалась в начале XX века, как одна из самых меблированных. Сделана была изначально под европейский образец. Ранее была также одним из корпусов санатория «Солнечный», на данный момент вместе с гостиницей «Франция» находится в частных руках и подлежит продаже.

И последний объект показа – это здание, которое ранее принадлежало художнику Леониду Демьяновичу Блинову – известному русскому маринисту, совершившему два кругосветных путешествия, и писавшего картины в основном на морскую тематику. Здание находится в частных руках и имеет неподобающий внешний вид. Все эти усадьбы, - далеко не полный список существующих культурных объектов.

Выводы. Южный берег Крыма и город Алупка, в частности, имеют большое культурно-историческое значение для всего полуострова. Большое количество культурно-исторических объектов этого региона, к сожалению,

мало изучены, и не используются в развитии туристско-экскурсионной деятельности. В этой связи, предлагаемый проект, направленный на познание сохранившихся ярких исторических объектов региона, будет способен дать импульс развитию нового направления познавательного туризма.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ТКАЧУК П.Ю.,
канд. экон. наук, доцент,
кафедра туризма, гостиничного и ресторанного дела
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях роль индикатора общественного развития выполняет сфера туристских услуг. Такие социальные факторы как здоровье и образование людей, трудоспособность и воспроизводство рабочей силы предопределяют возможность экономического развития и экономического роста, а также выступают в качестве важнейшей составляющей ресурсной базы социально-экономического развития любого общества и любого государства.

Цель исследования. Основой функционирования любой сферы или отрасли экономики является определение сбалансированной стратегии ее развития и соответствующей системы организации стратегического управления, которая позволит достигнуть поставленных целей.

Изложение материалов основного исследования. Организационная система стратегического управления индустрией туризма Луганской Народной Республики (ЛНР) нами определяется как формализованных механизм взаимосвязанных организационных форм, методов и инструментов управления

субъектами, объектами и процессами, в туристской индустрии, которые обеспечивают наиболее эффективное развитие туризма и удовлетворение потребностей в туристском продукте. Исходя из представленного определения, мы предлагаем модель организационной системы стратегического управления туристской индустрией ЛНР которая представлена на рисунке.

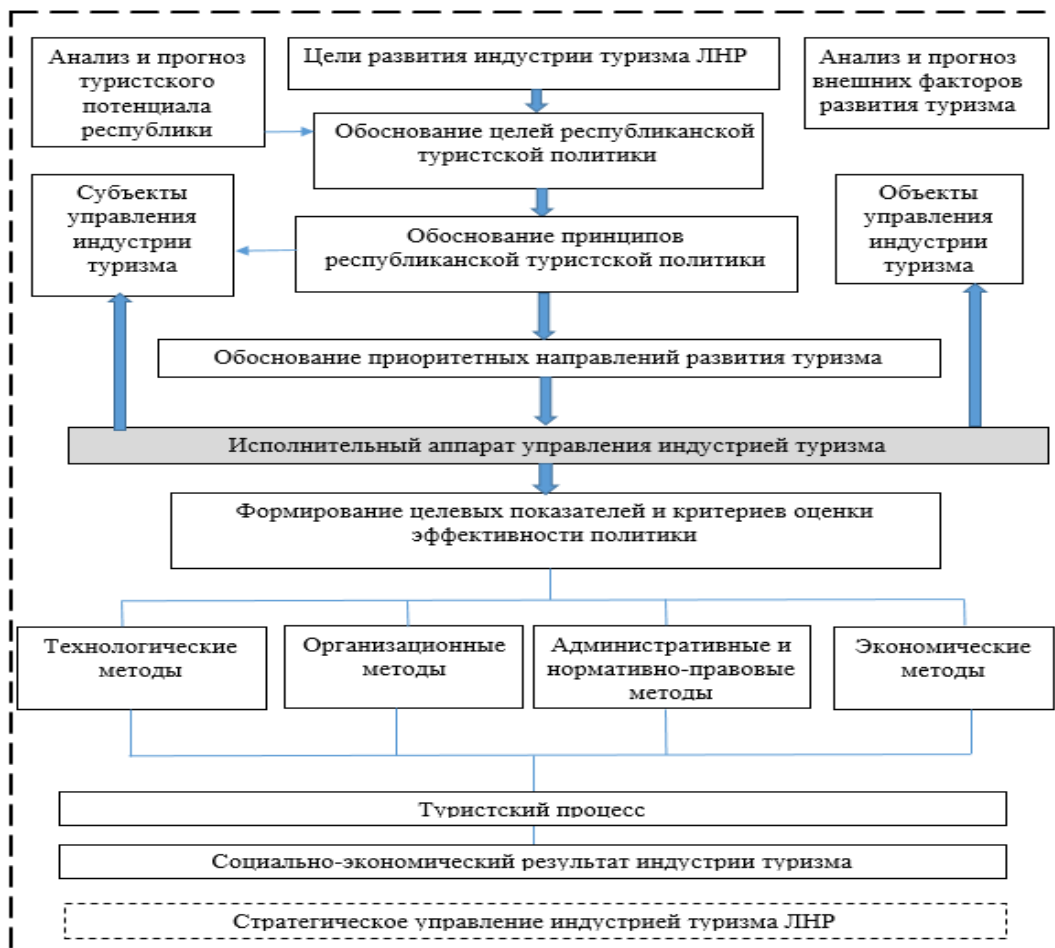


Рис. Организационная система стратегического управления индустрией туризма Луганской Народной Республики

Характеризуя организацию стратегического управления развитием туристской индустрии Республики необходимо выделить стратегическую цель развития республиканского туризма, это сохранение объектов культурно-исторического наследия, развитие внутреннего туризма.

Приоритетные направления развития туризма состоят в следующем:

1. Разработка нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере предоставления гостиничных услуг и охраны объектов культурного наследия;

2. Активизация внутренних туристских потоков по территории республики; воспитание любви к Родине у подрастающего поколения, расширение знаний об истории и культуре родного края;

3. Благоустройство объектов культурного наследия [1, с. 61].

Исполнительный аппарат управления индустрией туризма Республики представлен Министерством культуры, спорта и молодежи, непосредственно в структуре которого функционирует отдел по вопросам туризма и охраны культурного наследия. Исполнительный аппарат формирует целевые показатели и критерии оценки эффективности политики в индустрии туризма. Основные критерии эффективности:

1) функционирование сферы гостеприимства и сферы охраны культурного наследия, сохранение количества гостиниц и их общего номерного фонда на уровне 2018 года; расширение географии информационных туров;

2) обеспечение стабильного потока экскурсантов по территории республики, увеличение их количества на 1,7 %;

3) увеличение количества субъектов предпринимательской деятельности в сфере туризма на 7,8 %;

4) повышение интереса подрастающего поколения к истории и традициям родного края;

5) сохранение количества объектов культурного наследия на уровне 2018 года [1, с. 62].

Однако необходимо отметить отсутствие единой, формализованной стратегии развития республиканского туризма которая бы гармонично сочеталась с общей стратегией развития Луганской Народной Республики.

Состояние индустрии туризма ЛНР характеризует туристский потенциал, основные характеристики которого представлены в таблице.

Таблица

Основные показатели потенциала стратегического развития индустрии
туризма Луганской Народной Республики на 2018 год

Показатели	Ед. изм.	2017 год	2018 год		2019 год	
			Значени е	Темп роста 2018 к 2017, (%)	Прогноз- ное значение	Прогноз темпа роста 2019 к 2018, (%)
Количество турагентов	ед.	45	51	113,3	55	107,8
Количество аттестованных экскурсоводов	чел.	4	5	125	5	100
Количество экскурсантов	тыс. чел.	5,5	6,0	109,1	6,1	101,7
Количество гостиниц	ед.	24	24	100	24	100,0
Общий номерной фонд гостиниц	ед.	483	483	100	483	100,0
Количество объектов культурного наследия, всего	ед.	3652	3 652	100	3652	100,0
в т. ч. археологические	ед.	2933	2 933	100	2933	100,0
исторические	ед.	415	415	100	415	100,0
монументального искусства	ед.	77	77	100	77	100,0
архитектуры и градостроения	ед.	220	220	100	220	100,0
садово-паркового искусства	ед.	5	5	100	5	100,0
ландшафтные	ед.	2	2	100	2	100,0

Так, по состоянию на 2018 год на государственном учете в Луганской Народной Республике находится 3651 объект культурного наследия, в том числе: 2933 археологии, 415 истории, 77 монументального искусства, 220 архитектуры и градостроительства, 5 садово-паркового искусства, 2 ландшафтные. Количество объектов культурного наследия увеличилось на 2 ед., в сравнении с 2015 годом, в связи с постановкой на учет 2 памятников истории Попаснянского района и на 1 объект архитектуры и градостроительства.

По состоянию на конец I квартала 2019 года продвижение и реализацию туристского продукта в республике осуществляли 50 зарегистрированных

субъектов предпринимательской деятельности (турагентств), получивших специальное разрешение. Турагентства Республики организационно подчинены Министерству культуры, спорта и молодежи, но сохраняют свою экономическую самостоятельность.

Одной из основных составляющих индустрии туризма является инфраструктура размещения. В республике функционируют 6 детских учреждений оздоровления и отдыха, 8 баз отдыха и 4 санатория-профилактория. На конец 2018 года количество выездных туристов составило 3234 человек и 6000 экскурсантов, проехавших по туристским маршрутам Республики [2].

На основании проведенного анализа состояния туристского потенциала ЛНР мы выделили перспективные направления стратегического развития туризма в Республике: совершенствование законодательной и нормативной базы функционирования индустрии туризма ЛНР; разработка единой, согласованной стратегии развития индустрии туризма в разрезе общей стратегии развития Луганской Народной Республики; популяризация среди населения и поддержка развития внутреннего туризма посредством пропаганды в сетях массмедиа, организации экскурсий для школьников и студентов и т.д.; восстановление объектов культурного наследия. Создание благоприятных условий для субъектов среднего и малого бизнеса с целью развития зон отдыха и рекреации.

Выводы. На наш взгляд, осуществление действенных мер по указанным направлениям развития позволят укрепить экономическое положение субъектов республиканского туризма, что в целом повысит эффективность организации стратегического управления индустрией туризма Луганской Народной Республики.

Список литературы

1. Закон Луганской Народной Республики «О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год» от 05 марта 2019 года № 36-III.
2. Туристский паспорт Луганской Народной Республики [Электронный ресурс] / Министерство культуры, спорта и молодежи – Режим доступа: <https://mklmr.su/engine/download.php?id=2021&area=static> / (дата обращения: 20.06.2019).

RECYCLING AND DISPOSAL OF WASTE AS A CONDITION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND A FACTOR IN INCREASING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGION

USTINOVA A.,

4-th year student,

DUBROVSKAYA N.I.,

senior teacher of the Department of Tourism

GOU VPO "Donetsk Academy of Management and Public Administration

under the Head of the Donetsk People's Republic",

Donetsk, DPR

Formulation of the problem in general The industrial development of Donbass has led to serious environmental problems in the region. In the pre-war period, the Donetsk region occupied one of the first places in Europe and the first place in Ukraine in terms of environmental degradation. Recycling of garbage and various wastes, or rather its absence in the region is of great importance. Processing of solid industrial waste, millions of tons of which have accumulated for over the two hundred-year history of the industrial development of the region, has become the urgent problem for the DPR.

The aim of the study is to substantiate the necessity of waste recycling on the territory of the DPR with the aim of tourist attraction improvement and sustainable development of the region.

Presentation of the materials of the main study. Garbage recycling is an important point in the characterization of a modern developed state. In most advanced countries of the world, there is some kind of waste processing. This may be plastic, clothing, food waste and so on.

Recycling of waste is an activity consisting in the processing of waste in order to safely destroy it or to ensure the its reuse in the national economy in the form of raw materials, energy or products.

Recycling should be distinguished from disposal. The purpose of recycling is to turn waste into secondary raw materials, energy or products with certain consumer properties. Disposal may or may not include waste processing - activities aimed at changing the physical, chemical or biological condition millions of tons have accumulated over the two hundred-year history of the industrial development of the city millions of tons have accumulated over the two hundred-year history of the industrial development of the city of the waste to ensure subsequent waste management. Many materials recovered from waste are processed, including glass, paper, aluminum, asphalt, iron, fabrics, various types of plastic and organic waste (sources of numerous harmful substances and even bacteria and viruses).

In Donetsk region, it was initiated the garbage sorting, but it did not come to recycling. The experiment on installing separate containers for plastic bottles was carried out many years ago. However, these containers often stood clogged for much longer than regular garbage bins, which led to the situation where people continued to throw plastic and recyclable waste into a heap, because there were no other options. Greenco-Don, the only company that tried to recycle garbage in Donetsk, went bankrupt and was closed back in 2011.

There are a number of countries that successfully introduced recycling many years ago. For example, in Sweden, garbage is recycled to energy. About 2,500,000 tons of garbage is burned annually to generate electricity and heat.

There are dozens of waste recycling plants and “garbage” power plants in the country. Such city as Malmö takes 60% of its energy from waste. 99% of the country's waste is used either as fuel for power plants, or as raw material for production. Sweden is so successful at recycling its own waste that now it lacks it. Therefore, it began to import waste from abroad. The country imports garbage from Norway, the UK, Germany and other countries. At the same time, the Swedes do not “buy” this rubbish: on the contrary, other countries pay for the use of their waste.

South Korea went even further. The city of Songdo, situated in 60 km from Seoul, is one of the most striking examples of a “smart city” - or even a “city of the future”. Actually created “from scratch” near the country's largest airport, the city introduces unprecedented new technologies. One of them concerns garbage. Instead of garbage machines, it is the underground system which is responsible for the waste. A special pneumatic sewer picks up garbage directly from the apartments. Through the underground pipes it is transported to sorting mechanisms. In the future, it is planned to supply the garbage to the plant, which will produce gas from it.

Another interesting innovation was born in Belgium and was named the waste calculator “Ecolizer”. The country recycles 75% of its garbage. Belgians turn it into energy, fertilizers or raw materials for production. The system allows to evaluate production or consumer ideas at the very beginning. You can determine how much waste they can cause, whether they will pollute the atmosphere or soil, how much resources will be spent on transportation, energy supply, waste disposal and so on.

Garbage processing affects the environment of the countries or regions, and the condition of environment, in its turn, affects the attractiveness of a particular area for the potential tourists.

For example, in Japan there is a company called the Zero Waste Academy. In the city of Kamikatsu, in addition to waste management efforts, they created a

reusable things store called Kurukuru, which means “over and over”. This term symbolizes the cycle of things within the city. The Kurukuru store is a project for the distribution of old, but still usable things, both in the city itself and beyond. Only residents of Kamikatsu can bring things, but anyone can pick them up. According to 2016 statistics, up to 15 tons of useful items that would otherwise be simply thrown away pass through the Kurukuru store every year. The goal of the project is to promote the reuse of things.

Another project of the Academy is the Kurukuru workshop. It is located in the Hidamari Nursing Club, which also houses the headquarters of the Zero Waste Academy. Workshop products are items made from old clothes and other recycled fabrics. Here you can find a wide variety of products, made in both modern and traditional style, from tarpaulin and printed animals made from koi-nobori fabric, to handbags sewn from old kimonos. Huge quantities of koi-nobori fabric decorate the Katsuura River during the annual holiday, which takes place in early May at Tsukigatani Hot Springs in Kamikatsu. Previously after the holiday the koi-nobori were burnt, but now they are effectively reused.

Tourism plays an important role in the improvement of the region because properly organized tourism brings funds for its development.

The only place where you can go to the sea on the territory of the DPR is the settlement of Sedovo. However, everyone who has been there at least once will immediately notice that the problem of garbage in the settlement is acute. Throughout Sedovo you can find 1-2 bins standing in the street for general use. By the middle of the day, these bins are already full and can stand like this for several days. Vacationers always complain about it, but years pass, and the situation does not change. The beaches are also not clean enough.

There are many ways to fix the environmental and “garbage” problem in the region. And, as practice shows, in the future it will bring only benefit, and possibly profit for the whole region. The construction of a garbage processing plant is initially expensive, but there are some actions that do not require money but the personal

desire of the people themselves to help their native land. Just thinking about the problem is no longer enough, the garbage problem has acquired planetary proportions. Something needs to be done, both at the state and at the household level.

Conclusions: due to the current political and socio-economic situation in the region, it is too costly to build a garbage processing plant; moreover, the unstable situation in the region does not allow to fully implement this project. However, it is possible to take the following measures:

organize sorting of garbage, followed by removal, disposal or recycling in neighboring countries

perform outreach and campaigning among the population telling how they can help preserve the environment in everyday life;

place the banners around the city, calling to be more conscious in terms of garbage sorting, carry out campaigns offering bonuses or cash rewards for sorting and so on.

Caring for nature and the environment on the planet is a global problem that other countries are trying to solve. However, this problem can only be solved if it is being handled in every region of the world.

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО АРТИСТА: АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА

ФЁДОРОВА А.А.,

канд. пед. наук, доцент,

ГОО ВПО «Донецкая государственная музыкальная академия

имени С.С. Прокофьева»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях модернизации современной концепции развития общества одним из приоритетных

направлений становится формирование эффективной туристско-рекреационной сферы государства. Как следствие, на передний план выдвигаются новые, ранее не затрагиваемые, требования к профессиональному образованию представителей творческих специальностей вообще и в частности артистов.

Одним из таких актуальных требований становится введение новой для большинства артистических специальностей учебной дисциплины (спецкурса) – «Основы персонального бренда артиста». Это объясняется тем, что успешность карьерного пути артиста (кроме его профессионально-значимых качеств, знаний, умений, навыков и постоянных стараний в работе над собой) во многом зависит от его популярности и востребованности у публики.

Цели исследования: рассмотреть особенности профессионального образования артиста с учетом требований современности и значимости для развития региона, раскрыть понятие «персональный бренд артиста», его сущность.

Изложение материалов основного исследования. На современном этапе персональный бренд представляет собой сложившийся «образ, который возникает в голове у людей, когда речь идет о персоне или употреблении его имени в коммуникациях» [2].

Следует отметить, что большинство ученых-исследователей отмечают, что именно персональный бренд становится залогом профессиональной стабильности в мире стремительных перемен и большой конкурентности. Приобретает вид своеобразного практического инструмента, позволяющего вести планомерную работу касательно формирования профессионального имиджа, который дает, в свою очередь, возможность добиться поставленных целей и создать правильное представление в глазах аудитории.

Говоря о состоянии и развитии театра, его месте в формировании эффективной туристско-рекреационной сферы государства следует отметить, что театр вынужден становиться независимым рыночным субъектом и

функционировать в соответствии с рыночными принципами, в частности, используя технологии брендинга.

Рассматривая театральное действие, как и большинство программ учреждений культуры, где задействованы артисты, можно смело утверждать о т.н. триединстве системы театрального действия. Последнее невозможно без присутствия следующих элементов: артист (деятель), театр (плацдарм/аудитория), спектакль (замысел/сценарий).

Сам же театр в отношении к артисту и спектаклю выполняет функцию зонтичного бренда, объединяющего их под своим именем. Точно также, любой спектакль или программа, имеющие художественный и рыночный потенциал, могут стать самостоятельным брендом, объединяющим артистов и учреждение культуры.

Имя артиста также потенциально может стать брендом и объектом брендинга, выступая в качестве «паровоза» для спектакля/шоу-программы, учреждения культуры частью которых оно является.

Результаты анализа проведенных исследований свидетельствуют о том, что все чаще люди идут, а порой и едут за мили не ради того, чтобы посмотреть программу или посетить какое-либо учреждение культуры, а именно «на артиста», на его имя. Подтверждением вышеуказанного являются проводимые в интернет-сообществах (например, интернет-клуб «Театральная площадь») голосования касательно состава труппы будущих постановок, ажиотаж в отношении телевизионных и радиопрограмм с участием артистов, стремительно возрастающий интерес к живым встречам с артистами, их творческим вечерам.

Примечательно, что брендинг артиста включает в себя всё то же, что и брендинг организации, товара или услуги: позиционирование бренда (определение стратегических позиций), дизайн бренда (имидж, стиль, рекламные материалы, брендбук и пр.), продвижение бренда (сайт, СМИ, специальные мероприятия, пр.). Как следствие, возникают дополнительные

требования к профессиональному образованию современного артиста, содержание которого позволяет овладеть студенту необходимыми для этого знаниями, умениями и навыками.

Рассматривая персональный бренд, следует отметить сложность смысловой наполненности рассматриваемого понятия. Это объясняется тем, что оно соединяет в себе разные дисциплинарные подходы (психология, педагогика, социология, менеджмент и маркетинг, имиджология, PR и пр.)

Опираясь на мнение авторов западного бестселлера «Как создать свой бренд» Томаса Гэда и Анетт Розенкройц можно говорить о четырехмерной модели интерпретации личного бренда артиста. Для его создания и поддержания необходимо, чтобы личность представителя творческой специальности была развита в следующих направлениях: функциональном (профессионализм, производительность труда и все, что непосредственно связано с работой и аспектами профессиональной компетентности артиста); менторском (способность менять жизнь других людей, влиять на сознание зрителей (в т.ч. говоря об известном понятии катарсиса), способность учить чему-то других людей, давать им советы посредством своего творчества); социальном (общительность, способность установить личный контакт с людьми; знания, умения и навыки «чтения» других людей, успешность во взаимодействии с коллективом труппы, навыки эффективного взаимодействия с представителями средств массовой информации и пр.); духовном (наличие более высоких целей в жизни, чем у традиционного профессионала; ощущение своей роли, миссии в обществе, пр.).

Выводы. Вышерассмотренное позволяет сделать вывод о том, что персональный брендинг артиста, являясь неотъемлемым компонентом содержания современного профессионального образования представителя творческой специальности, подразумевает направление, позволяющее создать сильный имидж публичной персоны, найти каналы её продвижения и извлекать

из публичности коммерческую выгоду, как для самого артиста, так и для организации и региона, которые представляет этот артист.

Список литературы

1. Gad, T., Rosencreutz, A. Managing Brand Me / T. Gad, A. Rosencreutz. – London: Pearson Education, 2001. – 225 p.
2. Pitko, O. Personal brand: creating, promoting, strengthening // Scientific enquiry in the contemporary world: theoretical basics and innovative approach. – Vol. 1 Humanities and social sciences: research articles. – San Francisco, California: B&M Publishing. 2015. – P 30–33.

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ ДНР

ЦЫГАНОВ А.Р.,

канд. экон. наук, профессор, профессор,

кафедра туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В наших работах [1,2] рассмотрены и детализированы первоочередные задачи становления и развития туристической отрасли ДНР. Благодаря поддержке властей, усилиям учёных и практиков туристическая отрасль экономики ДНР находится в процессе динамического развития. Однако по ряду объективных причин она пока не является желаемо доходной, чтобы быть существенным источником поступлений в бюджет Республики. Одним из важнейших рычагов интенсификации дальнейшего развития туристической отрасли является необходимость учёта происходящих в мировой экономике глобализационных процессов. В современном мире ни в одном государстве, в том числе и в нашей Республике, туристическая отрасль не может выжить в изоляции от мировых

тенденций развития. Таким образом, актуальным в настоящее время становится всестороннее изучение международной теории и практики развития сферы туризма, происходящих в ней глобальных преобразований. Одной из составляющих этих мировых трансформаций, подлежащих изучению и практическому учёту, является развитие интеграционных процессов.

Цели исследования состоят в оценке современных тенденций функционирования и развития глобального мирового туристического рынка, происходящих на нём интеграционных процессов; определение стоящих перед туристической отраслью ДНР интеграционных задач, подходов и механизмов их практической реализации.

Изложение материалов основного исследования. В настоящее время в туристической сфере возник глобальный рынок услуг и интенсивно развиваются интеграционные процессы. Эти обстоятельства должны целенаправить туристическую сферу ДНР в сторону её «...интеграции в систему мирохозяйственных связей...» [3], формирования республиканского рынка туристических услуг, который в будущем должен функционировать в тесной связи с международным рынком.

Проблемы интеграции в сфере туризма исследовали многие учёные – зарубежные: Г. Девлин, М. Брикли, Д. Лей, Дж. Слокум (США); М. Делапьер, Ж. Л. Муккиэли, И. Доз (Франция); Г. Хемел (Великобритания); российские: Ананьев М. А., Ушаков Д. С., Туманян Ю. Р., Чернышов Д. А., Селезнёва И. В., Жукова М. А., Акопова Е. С., Киреева А. П. и другие.

Естественно, что генеральной и конечной целью для обеспечения эффективного функционирования отрасли является интеграция в мировой рынок. Однако действующая практика свидетельствуют о том, что реально существуют два уровня интеграционных процессов – внутригосударственный и международный.

Понятие «интеграция» происходит от латинского «integratio» - объединение. «Применительно к сфере международных отношений оно

означает добровольное и взаимовыгодное объединение отдельных субъектов в некую самостоятельную целостность» [4]. Во внутригосударственной сфере «...Под интеграцией понимается управление такими отношениями между предприятиями (юридическими лицами), которые обеспечивают долгосрочное сближение генеральных целей интегрирующего и интегрируемого предприятий и предоставляют организациям следующие преимущества: ограничение конкуренции, снижение уровня неопределённости в снабжении и сбыте, упрощение внедрения технологических новшеств, снижение издержек...» [5].

Интеграционные процессы в сфере туризма являются частью общей международной экономической интеграции, причины возникновения и развития которой, как показал анализ, связаны со следующими факторами: расширение для субъектов доступа к ресурсам и новейшим технологиям; обеспечение странам-участницам конкурентной защиты со стороны третьих стран; возможность совместного решения различных острых экономических проблем.

Общей причиной возникновения интеграционных процессов в туристической сфере стало то, что «...в условиях жёсткой конкурентной борьбы между предприятиями туристической отрасли возникают новые модели организации и управления их деятельностью с учётом процессов глобализации и интеграции бизнеса...» [6]. Как показал анализ, в качестве частных причин внутригосударственной интеграции большинство авторов считают следующие: стремление к увеличению количества клиентов; требование к качеству услуг, следование высоким нормативам качества обслуживания; совершенствование профессионализма сотрудников.

Внутригосударственная интеграция является первым этапом, который предстоит пройти туристической отрасли ДНР. Главной задачей на этом этапе является выбор приемлемых организационных форм интеграционных союзов. Проведенный анализ свидетельствует о том, что в нынешней практике интеграции используется большое разнообразие организационных форм.

На международном уровне таковыми могут быть: ассоциации, межотраслевые партнёрские объединения во главе с управляющей компанией, транснациональные компании, создание совместных предприятий за пределами иницилирующей страны. Формами объединений на внутригосударственном уровне являются стратегические альянсы, заключение контрактов на управление, объединение на основе франчайзинга. Основой этих образований может быть объединение собственности, ресурсов, сфер деятельности.

Наиболее распространённой формой является стратегический альянс. Главными причинами его широкого распространения являются: стремление занять более значимое положение на существующих рынках; снижение рисков и расходов при выходе на новый рынок; желание создания новых продуктов и услуг; снижение затрат по деятельности; ослабление конкурентного давления. Одной из особенностей этой формы является то, что она не охватывает отношения собственности, сохраняя при объединении автономию предприятий. Стратегический альянс обычно оформляется юридическим заключением договора, фиксирующего лишь «координацию действий партнёров». Как утверждает М. А. Жукова [5], «...такая форма объединения является наиболее эффективной, так как представляется менее рискованной и не требует столь значительных капитальных вложений, как создание глобальных объединений».

Естественно, управление стратегическим альянсом сложнее, чем одной фирмой, поэтому при таком объединении необходимым станет: разработка общих стандартов и нормативных требований к совместной деятельности; договорённость о методах координации и контроля; распределение конкретных сфер управления – финансами, кадрами, инновациями и инвестициями; маркетингом и рекламой и др., предстоит также совместное решение территориальных проблем.

Следующей распространённой на обоих уровнях организационной формой объединения является реализация интеграционного процесса на основе франчайзинга. Франчайзинг означает приобретение компанией-покупателем

(франчайзи) у компании-продавца (франчайзер) франшизы, представляющей собой полную бизнес-систему, включающую передачу в виде лицензии права пользования своей торговой маркой, ноу-хау, успешным продуктом или услугой, а также включающую необходимые операционные системы.

Ещё одна форма интеграционных действий на внутригосударственном уровне осуществляется в виде заключения контракта на управление между владельцем туристической фирмы и управляющей компанией. Этот вид интеграции довольно сложен, так как контракт должен учесть всё многообразие условий, выдвигаемых партнёрами к реализации процесса управления.

Выводы:

1. Проведенный анализ показал, что для вхождения в международный туристический рынок туристической отрасли ДНР предстоит решить ряд задач и выполнить значительный спектр работ: провести анализ текущего состояния и перспективы развития глобального рынка туристических услуг; изучить действующие формы интеграционных объединений; осуществить выбор приемлемых из них и адаптацию их к собственным условиям; выполнить оценку потенциала отрасли по возможности её вхождения в международный рынок; определить систему государственного регулирования отрасли; разработать нормативно-правовую базу, обеспечивающую качество услуг, соответствующих мировым стандартам туристической деятельности.

2. Анализируя конкурентные условия на определённых рынках, применяя адаптационные инструменты и вписываясь в эти рынки, субъектам индустрии туризма рекомендуется системно подходить к выбору организационных форм интеграции, максимально оптимизируя этот выбор, исходя из учёта собственных текущих и перспективных экономических целей и возможностей.

Список литературы

1. Цыганов А. Р. Необходимость учёта международного опыта при развитии туризма в ДНР // М-лы III Международной научно-практической конференции «Пути повышения эффективности управленческой деятельности

органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий». – Донецк, 6-7 июня 2019. – С. 218-220.

2. Цыганов А. Р., Кириенко О. Э. Промышленный туризм: целесообразность и перспективы развития в Донецкой Народной Республике // Менеджер. – 2019. – № 1(87). – С. 62-70.

3. Селезнёва И. В. Развитие интеграционных процессов в сфере международного туризма в условиях глобализации//Диссертация на соискание степени кандидата экономических наук. – 2012. – Краснодар. – 239 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dissercat.com/content.

4. Международная интеграция: понятия, виды. Особенности интеграционного международного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: studfiles.net/preview/3858566/page:8/.

5. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tourlib.net/books_tourism/jukova32.htm.

6. Чернышов Д. А. Глобализационные и интеграционные процессы в управлении предприятиями индустрии туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tourlib.net/statti_tourism/chernyshev.htm.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРИОРИТЕТНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ШЕПИЛОВА В.Г.,
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой,
кафедра туризма
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Туристические агентства, работающие на территории Донецкой Народной Республики, обеспечивают

потребности населения Республики в туристских услугах в основном за счет выездного туризма. В то же время в регионе имеется достаточное количество привлекательных естественных ландшафтных парков, разнообразных природных ресурсов, а также природных и культурных достопримечательных. Все это предполагает возможность и обуславливает необходимость формирования приоритетных конкурентоспособных туристских продуктов, обеспечивающих рост потока внутренних туристов в регионе. При этом спрос на внутренний туристский продукт должен формироваться исходя из сложившихся потребностей населения в рекреации, а предложения доступного по цене качественного внутреннего туристского продукта - на базе имеющихся туристских ресурсов региона.

Актуальность формирования приоритетных направлений развития внутреннего туризма в Донецкой Народной Республике обусловлена противоречием между высокой социально-экономической значимостью сферы внутреннего туризма и недостаточным уровнем его развития на региональном уровне.

Целью исследования является разработка направлений приоритетного развития внутреннего туризма с учетом зарубежного опыта.

Изложение материалов основного исследования. Территория Донецкой Народной Республики обладает значительным туристским потенциалом, позволяющим формировать и реализовывать разнообразные туры в сфере культурно-познавательного, активного, сельского, рекреационного туризма, комплексных туристских продуктов, ориентированных на различные возрастные группы и целевые аудитории.

Одним из приоритетных направлений внутреннего туризма в Республике может стать социальный туризм, развитие которого является одним из высокоэффективных вложений в здоровье человека. К категории социально незащищенных лиц могут быть отнесены не только молодежь, многодетные семьи, пенсионеры, но и значительная часть населения, которая живет и

трудится в условиях нестабильной социально-экономической ситуации и постоянной военной угрозы. Социальный туризм должен быть признан государством и обществом как приоритетное направление и быть доступным для всех категорий граждан [1]. Развитие социально-ориентированного туризма позволит повысить доступность туристских услуг для этой категории граждан, обеспечить рост занятости и доходов жителей региона.

Система социального туризма в СССР базировалась на равнозначном доступе к туристским услугам значительной массы населения. Отдых работников и членов их семей оплачивался за счет бюджетных источников и средств социального страхования. В Советском Союзе отсутствовало законодательство по туризму, организацией социального туризма занимался Центральный Совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС [1].

В странах Европейского союза социальный туризм организуется ассоциациями, кооперативами и профсоюзами и имеет целью сделать путешествия доступными для максимально большого числа населения.

В Швейцарии, Испании, Франции, Венгрии концепция социального туризма реализована благодаря системе отпускных чеков, которые выпускаются специально уполномоченным органом. Оптовые покупатели, (предприниматели), приобретают отпускные чеки для последующей их реализации населению со значительной скидкой, а для некоторых категорий населения – бесплатно. При этом потраченные на приобретение чеков средства не облагаются налогом на прибыль. Чеки используются на оплату услуг, связанных с туризмом и культурно-зрелищными мероприятиями.

Положительные результаты развития отдельных направлений социального туризма достигнуты в таких регионах РФ как Краснодарском, Ставропольском, Алтайском, Красноярском краях, Санкт-Петербурге [2]. С целью получения коммерческого успеха в результате реализации программы развития социального туризма в современных условиях с привлечением турагентств может быть использован подход, согласно которому часть каждой

туристической группы составляют туристы, которые оплачивает путевку по полной стоимости и обеспечивают коммерческий интерес заниматься туристическим бизнесом, а другая часть составляет социальные туристы. Эти положения должны быть отражены в нормативно-правовых документах о туристской деятельности, поскольку как работодатели, а также турагентства должны четко знать свои права и обязанности в случае предоставления социальной поддержки населению, и иметь определенные льготы при лицензировании, налогообложении, а также при оказании туристских услуг.

Зарубежный опыт показывает, что успех развития сферы туристских услуг напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой.

Разработанные в ряде стран государственные программы стимулирования сферы туризма предусматривают льготы в налогообложении, создание благоприятных условий для инвестиций в индустрию туризма, увеличение бюджетных средств на развитие туристской инфраструктуры, проведение рекламных кампаний в средствах массовой информации [2].

Цель социального туризма в ДНР – создание оптимальных условий для отдыха и путешествий социальных групп граждан ДНР по доступным ценам, что позволит малообеспеченным слоям населения воспользоваться возможностями туристского отдыха. Важно отметить также, что главная задача осуществления данной системы состоит не только в предоставлении гражданам льгот на поездки, но и в патриотическом воспитании, т.е. отдыхе и рекреации именно в ДНР.

В Республике есть некоторый опыт развития социального туризма. Данная программа применялась для оздоровления детей из городов Республики в детских оздоровительных лагерях России. В 2015 г. согласно распоряжению Главы ДНР была создана межведомственная комиссия по вопросам оздоровления детей, в состав которой вошли представители министерств и

ведомств. Результатом ее работы стала договоренность об отдыхе детей в количестве 12 тыс. человек на территории Российской Федерации [3].

Реализация социальной государственной политики в туризме требует разработки и осуществления ряда конкретных мер, к числу которых относятся принятие соответствующих законодательных и нормативных актов. В рамках развития внутреннего туризма необходимо осуществление таких направлений как формирование социальной инфраструктуры, подготовка работников системы социального туризма, включая его организаторов, информационная работа и многое другое.

Выводы. Развитие внутреннего туризма за счет мультипликативного эффекта может обеспечить рост уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей региона. Разработка и реализация стратегии развития внутреннего туризма создаст условия для повышения доли туризма в валовом региональном продукте ДНР. Кроме того, внутренний туризм может стать основой патриотического воспитания и одним из реальных инструментов оздоровления населения в условиях сложной геополитической обстановки.

В рамках развития внутреннего туризма для создания системы социального туризма в Донецкой Народной Республике необходимо формирование соответствующей республиканской целевой программы, учитывающей накопленный в мире опыт и ориентированной на поддержку социально незащищенных граждан региона.

Формирование системы социально-ориентированного туризма обуславливает необходимость привлечения внимания и участия как исполнительной, так и законодательной власти. В частности, для привлечения участия работодателей и коммерческих структур в социальном туризме в законодательных документах о туристской деятельности необходимо прописать их права и обязанности, выгоды в случае социальной поддержки малоимущих

граждан и людей со скромным уровнем доходов как при оказании туристских услуг, так и при лицензировании и налогообложении.

Список литературы

1. Трофимов Е. Н. Социальный туризм в России и в Европе // Вестник РМАТ. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-turizm-v-rossii-i-v-evrope> (дата обращения: 01.10.2019).
2. Стрижова О.С., Праздникова Н.Н. Социальный туризм в России: проблемы и перспективы развития // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-turizm-v-rossii-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 01.10.2019).
3. Социальный туризм в ДНР: опыт, проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.zabgu.ru/files/html_document/pdf_files/fixed/IV_mezhdunarodnaya_nauchno_prakticheskaya_internet_konferenciya/Mishechkin_G.V.,_Golubnichaya_S.N._Socialnyj_turizm_v_DNR._Opyt,_problemy,_perspektivy.pdf.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

ШПЫРНЯ О. В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ВДОВЕНКО Н.,

студентка 3 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Ресторанный бизнес стал неотъемлемой частью туристской индустрии, приносящей немалый доход государству, снабжающей население большим количеством вакансий различного плана и немалой заработной платой, что, несомненно, играет важную роль для создания стабильной экономико-социальной ситуации в стране [2].

Цель исследования – изучить результаты исследования удовлетворенности потребителей услуг предприятия общественного питания существующей программой лояльности, а также дать рекомендации по совершенствованию данной программы для последующего улучшения комплексного обслуживания в данной организации.

Изложение материалов основного исследования. Главная цель владельца любого предприятия общественного питания завоевать доверие, сделать каждого гостя довольным для того, чтобы он, в свою очередь, занес именно это место в список своих любимых заведений. В настоящее время происходит все более жесткая борьба за каждого клиента. Особенно востребованными становятся разнообразные системы и программы лояльности

для посетителей [3]. Изучение поведения гостей, их реакция и одобрение на различные элементы таких программ, вот что становится первостепенной задачей перед каждым управленцем, ставящим своей целью успешное и эффективное функционирование своего кафе или ресторана, а также существование хорошей, наработанной клиентской базы [4].

Одной из задач работы была подготовка и проведение маркетингового исследования среди гостей кафе «Барабулька» в г. Краснодар по изучению их отношения к уже существующей программе лояльности, а также заинтересованности во внедрении более усовершенствованной ее модели. Авторами была разработана анкета, которую предлагали заполнить клиентам заведения непосредственно при посещении или в интернет-варианте в течение 6 дней.

Результаты анкетирования показали, что респонденты в возрасте от 18 до 30 лет, отвечая на вопрос о том, что наиболее ценно для них при посещении заведения придают большее значение местонахождению ресторана и его ценовой политике, а респонденты возрастных категорий 31-40 и 41-60 лет считают более важным квалификацию работающего персонала, рекомендации и отзывы друзей и знакомых, а также качество блюд и напитков.

Следующий вопрос о том, как часто респонденты посещают кафе, выявил, что 80 % из всех опрошенных являются постоянными гостями.

А вот на вопрос о том, есть ли у этих гостей скидочная карта заведения, лишь 10 % ответило положительно, а большинство отметили, что никогда о ней не слышали или не знают о возможности ее получения.

Отсюда можно сделать вывод о том, что из большинства постоянных клиентов лишь немногие являются участниками существующей программы лояльности, из чего следует, что данная программа не является эффективной, и в дальнейшем нужно воспользоваться такими дополнительными методами, как проведение интервью с официантами, чтобы получить более детальную информацию об отношении различных возрастных групп посетителей к

системе скидок. Также это наталкивает на разработку новой, более успешной модели программы лояльности посетителей.

Во второй части анкеты респонденты оценивали заведение, по предложенным им утверждениям, разработанным по методике «SERVQUAL». По результатам данного опроса, можно сделать вывод о том, что самые видимые недочеты в организации программ лояльности предприятия питания наблюдаются в таких параметрах, как «Привлекательность меню», «Индивидуальный подход со стороны сотрудников» и «Внимание к интересам посетителя». Из этого следует, что существует некоторая неудовлетворенность гостей обслуживанием, их не совсем устраивает существующее меню, и, в дополнение, их интересы не всегда учитываются сотрудниками кафе. Все это, может напрямую иметь отношение к неполноценной программе лояльности, усовершенствование которой сможет учесть мнения неудовлетворенных клиентов, повысить их ценность для заведения.

Разрабатывая новую программу лояльности, необходимо учесть основные источники недовольства посетителей, обнаруженные в результате проведенного опроса, к которым относятся внешний вид и привлекательность меню, недостаточное внимание к интересам посетителей, а также отсутствие индивидуального подхода к гостям кафе со стороны персонала [1]. Основной целью данной программы должно быть удержание постоянных клиентов и привлечение новых гостей, которые, в дальнейшем, с ее помощью будут регулярно посещать заведение. Основные рекомендации для создания программы лояльности в кафе «Барабулька» в г. Краснодар:

1. Дизайнерское решение меню: сделать более крупный шрифт в описании блюд и напитков, тем самым делая его более доступным для прочтения посетителями;- к основной информации о блюдах и напитках, добавить интересные факты о них, тем самым увеличивая уровень заинтересованности и осведомленности гостей при ознакомлении с меню; - увеличение количества визуализации по части барной карты (в частности, этот

пункт имеет прямое отношение к фирменным алкогольным коктейлям и лимонадам собственного приготовления), что, несомненно, привлечет большее внимание гостей, позволяя им визуальнo насладиться внешним видом и привлекательностью этих групп напитков.

2. Нивелировать недостаток индивидуального внимания к гостям со стороны персонала. Его можно восполнить введением в новую программу лояльности различных дополнительных инструментов таких как, розыгрыши сертификатов на посещение кафе «Барабулька», а также при посещении гостями кафе в свой День рождения, поздравлять их с помощью вручения аксессуаров с фирменной символикой заведения, тем самым делая их более торжественным и запоминающимся [5]. Также здесь можно добавить возможность самостоятельного выбора составных ингредиентов для различных блюд.

3. Выполнение должного уровня информированности гостей о возможности вступления в программу лояльности заведения со стороны обслуживающего персонала. Здесь имеет смысл печать и размещение в ресторане (в частности, на столах посетителей) раздаточных материалов, в которых содержится вся необходимая информация.

4. Совершенствование системы скидок:

выпуск накопительных бонусных карт для гостей;

возможность накапливать баллы (при предъявлении своего индивидуального номера), а также частично оплачивать блюда и напитки при посещении кафе (например, не более 30% от общей суммы заказа);

возможность зарегистрироваться в мобильном приложении, в котором можно отслеживать свой накопительный счет, а также воспользоваться рядом дополнительных функций.

5. Создание и использование мобильного приложения кафе, включающее следующие функции: предоставление гостям подробной информации о режиме работы, меню, а также дополнительных сезонных предложениях; участие в

розыгрыше сертификата номиналом 5000 рублей на посещение кафе «Барабулька», проводимого 1 раз в месяц; возможность оставить отзыв о последнем посещении кафе, по желанию приложить фотографии, сделанные на его территории. За него при следующем посещении гость получает комплимент от заведения (блюдо или напиток); покупка внутри приложения подарочных сертификатов для себя, либо в качестве подарка друзьям или знакомым, отправив через любой удобный мессенджер.

Выводы. В заключение, стоит отметить, что внедрение новой программы лояльности, описанной выше, гостям кафе «Барабулька» будет уделено большее количество внимания со стороны работников (информирование о программе лояльности, усовершенствованный дизайн меню, розыгрыши сертификатов, поздравление гостей с помощью фирменных аксессуаров), тем самым учтены мнения и желания посетителей, выявленные в процессе анкетного опроса.

Список литературы

1. Губина, К. О. Значение и основные принципы управления качеством в ресторанном бизнесе / Е.В. Ползикова, К.О. Губина//Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа Материалы конференции. – Краснодар, 2018 - С. 218.

2. Джум, Т.А. Анализ развития общественного питания на курортных территориях краснодарского края / Т.А. Джум, Е.Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова // Сервис в России и за рубежом. – 2018. Т. 12. –№ 2 (80). – С. 90-101.

3. Минченко, В.Г. Организация франчайзинга в ресторанном бизнесе/ В.Г. Минченко, Е.В. Ползикова // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х томах. – 2018. – С. 179-182.

4. Ползикова, Е.В. Управление качеством на предприятии питания как метод повышения конкурентоспособности /Е. В. Ползикова, Е. Л.

Заднепровская, К.О. Губина //Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 21-23.

5. Самойленко, А. М. Сравнительный анализ локальных и коалиционных программ лояльности потребителей в ресторанном бизнесе / А.М. Самойленко, Е. В. Ползикова // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа Материалы конференции. – Краснодар, 2018 – С. 283.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ШПЫРНЯ О. В.,
канд. пед. наук, доцент,
кафедра социально-культурного сервиса и туризма
ВЕЛИЧКО А.,
студентка 4 курса,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Роль службы приема и размещения в гостинице велика, поскольку это первое подразделение гостиничного предприятия, с которым знакомится гость. Данная служба является лицом предприятия, и часто общение гостя с гостиницей ограничивается общением с работниками службы приема и размещения.

Цель исследования - рассмотреть существующие проблемы в работе службы приема и размещения гостиниц, а также пути совершенствования работы и повышения уровня обслуживания гостиничных предприятий.

Изложение материалов основного исследования. Служба приема и размещения (front office) занимается решением вопросов, связанных с бронированием номеров, приемом гостей, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, оказанием различных услуг, а также отправку домой. [6]

В составе службы приема и размещения обычно различают Front Desk (стойка приема и размещения) и Front Office. На стойке приема и размещения работают менеджеры приема и размещения (портье), ночные аудиторы, а также иногда консьержи. Стойка приема и размещения делится на три отдела: кассовых операций, информации и почты и регистрации, а в свою очередь Front-Office подразделяется на: отдел бронирования, коллцентр, службу доставки багажа, расчетно-кассовый отдел [3]. В работе службы приема и размещения, как и в любом другом подразделении гостиницы, могут существовать свои недостатки. В качестве примера можно привести следующие проблемы, которые могут существовать в работе данного подразделения гостиницы:

1. Неумение работников службы приема и размещения выходить из конфликтных ситуаций. Работа сотрудников службы приема и размещения подразумевает постоянный контакт с людьми, что обязывает работников иметь представление об основах психологии и конфликтологии. Иногда персонал в силу неопытности, нехватки знаний или в силу личных качеств не может грамотно разрешить возникший конфликт [5].

2. Невнимательность к просьбам гостей и невыполнение обещаний. Игнорирование просьб гостей и невыполнение данных им обещаний демонстрирует неуважение сотрудников гостиницы к постояльцам, что недопустимо на сервисном предприятии.

3. Неэффективное взаимодействие с остальными службами гостиницы. Например, несвоевременная передача информации в службу эксплуатации

номерного фонда о поздних выездах и ранних заездах вызывает ряд проблем при подготовке номеров к заселению.

4. Отсутствие стандартов обслуживания гостя. В гостиницах, где отсутствуют официальные стандарты обслуживания, могут возникнуть ситуации, когда в силу обстоятельств работники могут по-разному понимать, что значит качественное оказание услуг. Это ведет к непостоянству качества предоставляемых гостям услуг.

Это не исчерпывающий, а лишь частичный список проблем в работе и организации деятельности службы приема и размещения.

Рынок гостиничных услуг характеризуется как динамично развивающийся. Специалисты данного сектора индустрии гостеприимства стремятся идти в ногу со временем и постоянно совершенствовать работу и уровень обслуживания гостиничных предприятий [1].

Большая часть подобных улучшений и нововведений касается именно работы службы приема и размещения, рассмотрим некоторые из них:

1. Повышению скорости и качества обслуживания службы способствует внедрение CRM-технологий. При регистрации каждого нового гостя администратор вносит в общее хранилище информации персонифицированные данные. Далее вся собранная информация, полученная по разным информационным каналам, заносится в единое хранилище, к которому затем может обратиться любой сотрудник гостиницы.

2. Введение в работу процедуры онлайн – регистрации гостей. Данная услуга позволяет гостю заблаговременно пройти процедуру check-in на сайте. После бронирования, на его e-mail отправляется приглашение на прохождение онлайн-регистрации. В день прибытия гость получает SMS сообщение с полезной информацией, а персонал заблаговременно подготавливает номер к прибытию гостя. Сопровождает услугу онлайн - регистрации услуга экспресс - выезда. Во время выезда гость бросает ключ от номера специальный приемник, а счет за проживание отправляется на email гостя [6].

3. Создание мобильного приложения для предприятия. Разработка такого приложения эффективна, так как через него гости могут не только забронировать номер, но и получить актуальную информацию о средстве размещения, предоставляемых им дополнительных услугах и специальных предложениях, а также гости могут пользоваться другими полезными функциями приложения (например, программой лояльности) [4].

4. Разработка и реализация программ обучения сотрудников, тренинги. В качестве наглядного примера можно рассмотреть тренинг «Эффективный администратор». Тренинг включал в себя мини-лекции, презентации, ролевые игры, работу в парах и мини-группах, групповые дискуссии, практические упражнения на отработку последовательности сервиса [2].

Выводы. По итогам проведенного стратегического анализа состояния и перспектив совершенствования организации деятельности службы приема и размещения гостиниц и иных средств размещения можно сделать вывод, что не смотря на наличие таких существенных проблем, как неумение работников разрешать конфликты, невнимательность к просьбам гостей, неэффективное взаимодействие с другими службами, тем не менее, есть хорошие перспективы улучшения работы и организации службы приема и размещения за счет внедрения CRM-технологий, повышение профессионализма сотрудников посредством проведения тренингов и применение инновационных услуг, как например онлайн регистрация.

Список литературы

1. Владимирова, Е.А. Фирменный стиль гостиничного предприятия "РЭД РОЯЛ" как метод повышения конкурентоспособности // Е.А. Владимирова / Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. Материалы конференции. – 2019. – С. 209.
2. Дюмина, К.А. Современные программы повышения квалификации линейного персонала гостиничных предприятий // К.А. Дюмина / Тезисы

докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. Материалы конференции. –2019.– С. 230.

3. Заднепровская, Е.Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг // Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, Т.А. Джум, А.В. Казалиева / Финансовая экономика. –2019. –№ 4. – С. 615-619.

4. Микитась, С.А. Уникальная концепция дизайна предприятия размещения как средство привлечения туристов // С.А. Микитась / Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. Материалы конференции.– 2019.– С. 262.

5. Орманджи, Д.С. Проблемы делового общения и речевого этикета в комплексном обслуживании в индустрии гостеприимства // Д.С. Орманджи / Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. Материалы конференции. –2019.– С. 266.

6. Ползикова Е.В. Особенности продвижения предприятий размещения в системах онлайн-бронирования как способ увеличения продаж номерного фонда // Е.В.Ползикова / Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 1 (25). – С. 95-99.

РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ШПЫРНЯ О.В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма

ГРИЧУХА М.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. На современном этапе развития, человечество становится все более зависимым от использования информационных технологий. Каждый человек применяет их в разнообразных сферах его жизнедеятельности [2]. Информационные технологии широко применяются в туризме, а также и в экскурсионной деятельности. Они носят необратимый характер для внедрения и интегрирования их в экскурсионную деятельность. Экскурсионная деятельность является одной из основных видов деятельности в туризме, которая не теряет своей востребованности и развивается во многих странах мира, а экскурсия является одной из популярных туристских услуг. Поэтому, чтобы оставаться востребованной в условиях современной жесткой конкуренции, предприятию, ее реализующему приходится постоянно развиваться. Полноценно развиваться оно может благодаря инновационным технологиям, поэтому их роль очень сложно переоценить на современном этапе, прежде всего из-за того, что они являются одним из методов конкуренции.

Цель исследования - раскрыть сущность термина «инновационная технология», а также доказать роль данных технологий в экскурсионной деятельности.

Изложение материалов основного исследования. Инновационный процесс обладает некой специфичностью, несмотря на то, что подвержен общим закономерностям развития экономики. Данный аспект касается и всей сферы туризма, а также ее составной части экскурсионной деятельности.

Благодаря инновационным технологиям, применяемым в экскурсионной деятельности, каждое предприятие имеет возможность успешно продвигать свои экскурсионные услуги на туристском рынке. Инновации способствуют получению преимущества одной экскурсии над другой. Важную роль при этом играет как подготовка экскурсоводов, так и качественная разработка самой экскурсионной программы, а также освоение методики и техники ее проведения [4].

Россия обладает огромным историко-культурным потенциалом, который способствует неограниченным возможностям для развития и продвижения туристско-экскурсионной деятельности [5]. Организации, участвующие в создании экскурсионного продукта, обязаны иметь свой оригинальный бренд, при организации своей деятельности учитывать потребительский спрос и дифференциацию обслуживания. Создание инновационных проектов экскурсий способствует появлению новых экскурсионных объектов, методам представления экскурсионного продукта, а также разнообразию его тематики.

Экскурсионная деятельность эволюционировала. Сначала были примитивные рассказы экскурсовода, а сейчас при организации различных экскурсий применяются театрализованные и 3D-экскурсии. В экскурсионной деятельности процессы инноваций выступают во многообразии своих форм, своих особенностей, которые оказывают влияние на процесс развития данной деятельности, а в последующем прямо влияют на повышение конкурентоспособности и востребованности экскурсионного продукта.

Инновациями в области экскурсионной деятельности могут выступать новые тематические экскурсионные проекты. Также инновационными могут быть и те классические маршруты экскурсий, которые были

усовершенствованы, а также в которые были внедрены новые экскурсии и услуги.

Экскурсию можно называть инновационной, если при ее реализации используются инновационные технологии, конструктивно новые приёмы и методы создания и внедрения экскурсионного продукта. В области экскурсоведения при разработке такого продукта могут участвовать маркетологи, специалисты по рекламе, методисты, профессиональные экскурсоводы, представители науки и культуры [3].

Основными видами инновационных технологий в экскурсионной деятельности могут выступать:

- инновации экскурсионного продукта;
- инновации в технологии разработки и проведения экскурсии;
- технические инновации в экскурсии;
- инновации в маркетинге и управлении;
- персональные инновации (внешний вид, стиль экскурсовода) [5].

Сегодня экскурсионный продукт, предлагаемый широкой общественности, характеризуется неординарностью, разнообразием, поражающим воображение потребителей. Данные экскурсии могли бы вызвать диссонанс в обществе, если бы реализовывались хотя бы два десятилетия назад. Внедрение таких экскурсий опосредованно не удовлетворением современных потребителей традиционными видами озорных экскурсионных программ и тематикой, предлагаемых экскурсий. Примерами таких инновационных экскурсий могут служить экскурсионные программы, включающие в себя посещение мистических мест, мест убийств великих людей и различных казней, посещением районов природных и техногенных катастроф, крыш и подвалов, подземелий, заброшенных зданий, бомбоубежищ, военных объектов, на которых можно использовать технику и оружие, романтических мест, музеев под открытым небом, участие в военно-исторических реконструкциях и т. д. [3].

Из инновационных технологий, которые могут быть использованы в проведении экскурсий можно считать интерактивные методы с использованием анимационных программ. В таких экскурсиях экскурсанты не только внимают сведения, доносимые экскурсоводом, а также принимают активное участие в проведении экскурсии. Инновационными технологиями в экскурсионной деятельности можно также считать формы и методы, применяемые в проведении экскурсии: использование различных мастер-классов, костюмированных экскурсий, использование элементов игры, с применением приемов театрализации и анимации, экскурсий–пробежек, использование велосипедов, сигвеев, квестов, а также применение специальной техники для демонстрации 3D–объектов [1].

Инновационными технологиями также можно считать применение радиогида, аудиогида, автоматических GPS-экскурсоводов на разных языках. В данном аспекте также необходимо обратить внимание при организации инновационной экскурсии на инновационные технологии, которые позволяют изучать объекты экскурсионного показа самостоятельно. К ним относятся: QR-код, мобильные путеводители и справочники, онлайн-сервисы, на которых размещены мобильные путеводители и справочники [6].

Выводы. На основании выше сказанного можно сделать вывод о том, что на современном этапе существует огромное количество инновационных технологий, которые можно применять в организации экскурсионной деятельности для привлечения большего количества потребителей и повысить конкурентоспособность, применяющих их организаций. Экскурсия является одной из составляющих туристского продукта, она выполняет функции воспитания, а также познавательные, таким образом, играя существенную роль в сфере образования населения. Являясь одной из основных услуг, входящих в туристский продукт, экскурсия выполняет познавательные и воспитательные функции, а экскурсионная деятельность играет огромную роль в сфере образования населения [4]. Кроме того, экскурсия может являться как

составной частью тура, так и самостоятельной услугой. Поэтому экскурсионная деятельность всегда будет востребована.

Список литературы

1. Заднепровская, Е.Л. Городской туризм как способ привлечения туристов к культурному наследию и истории г. Краснодара // Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, Н.Ю. Заднепровская/ Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2017. – Т. 1. – С. 94-98.

2. Заднепровская, Е.Л. Развитие пешеходного и экологического туризма в Кавказском государственном природном биосферном заповеднике // Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова / Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере Материалы IV Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга. – 2018. – С. 232-235.

3. Еремина Е.А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е.А. Еремина, Д.М. Джабарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. № 1. – С. 117-119.

4. Минченко, В.Г. Экскурсионный потенциал Краснодарского края и Республики Адыгея как фактор формирования привлекательности региона /В.Г. Минченко, Т.Н. Поддубная, Е.Л. Заднепровская, М.В. Коренева, Е.А. Еремина, О.В. Шпырня, Е.В. Ползикова, Д.А. Кружков, Е.В. Василенко, И.М. Кучеренко, Ю. Луганская, В. Васильева, В. Кузнецова, В. Немцова, Т. Осипенко, Ю. Чувичкина. – Краснодар, 2018.

5. Ползикова, Е.В. Планирование карьеры студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм // Е.В. Ползикова, Т.Н. Поддубная,

Д.А. Кружков, Е.В. Василенко, Л.И. Демидова / Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2018. – № 3. – С. 91-97.

6. Ползикова, Е.В. Некоторые аспекты развития этнографического туризма в Краснодарском крае //Е. В. Ползикова, О. Н. Бянкина / Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий. Материалы III международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 181-183.

7. Ползикова, Е.В. Состояние и перспективы развития экскурсионного туризма в Краснодарском крае // Е.В. Ползикова, Д. М. Михайличенко, О.Н. Бянкина / Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий. Материалы III международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 75-78.

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

ШПЫРНЯ О. В.,
канд. пед. наук, доцент,
кафедра социально-культурного сервиса и туризма,
МАКОВЕЦКАЯ Л.,
студентка 4 курса,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Основным показателем качества современной жизни можно считать конкурентоспособные товары и услуги. Само понятие «конкурентоспособность», переведенное с латинского языка имеет значение «сталкивание». Ученые-экономисты до сегодняшнего дня не

могут прийти к общему мнению в определении понятия «конкурентоспособность». Разнообразная трактовка данного термина обусловлена следующим: историческим развитием того или иного государства;

переходными экономическими процессами. На основе вышесказанного следует более детально проанализировать наиболее употребляемые определения термина «конкурентоспособность» с использованием отечественного и зарубежного опыта. Определить основные показатели конкурентоспособности в индустрии туризма.

Цель исследования – проанализировать сущность и основные показатели конкурентоспособности в индустрии туризма.

Изложение материалов основного исследования. Ученые-исследователи Й. Шумпейтер и П. Ромер дали определение конкурентоспособности как процессу создания новейших технологий одним предприятием, путем воспроизводства им новых идей и рынков сбыта [1].

Г. Хемел и К. Прахад настаивали в своих трудах на том, что данный термин отражает некое созерцание будущей ситуации на рынке посредством опыта, навыка и интеллектуального лидерства [1].

На основании вышесказанного можно дать следующее определение конкурентоспособности – способность любой организации предсказывать состояние рынка, а также использовать действенные маркетинговые процессы для продвижения своей продукции или услуг, на основе требований и запросов потребителей.

Необходимо отметить тот факт, что большей заинтересованностью в изучении данного термина отличились зарубежные ученые, однако в российской научной сфере также ведутся исследования в данной сфере, хоть и относительно недавно. К примеру, можно привести работы таких исследователей как Г. Долинская и И. Соловьева. В своих работах они изучали различные стороны конкурентоспособности. А важным аспектом их работы

было отмечено оппозиционирование понятия «конкурентоспособность» с понятием «качества продукта или услуги» [2].

На наш взгляд самым обоснованным определением данного понятия, является трактовка исследователя А. Ш. Хасановой, которая выделила конкурентоспособность как составляющую всей системы отношений в области конкуренции [2]. Оно несет в себе составляющие монополизма и конкуренции, регулирующие механизмы государственной власти, которые реализуются на определенном потребительском рынке. Поэтому необходимо отметить, что данная трактовка несет в себе полную оценку совокупности отношений в области конкуренции, а также дает возможность осуществлять сравнительный анализ.

Конкурентоспособность – это динамическая категория, которая обусловлена внешними факторами, многие из которых рассматриваются как управляемые. Чтобы выдержать борьбу с организациями своего сегмента предприятие должно поддерживать свою конкурентоспособность, которая является уровнем экономических показателей и потребительских свойств [3]. Необходимо также упомянуть свойства, которые составили основу термина «конкурентоспособность»:

содержит в себе рыночные отношения, которые являются катализатором появления конкурентоспособности;

обладает специфическими особенностями и дистанцируется на различные стороны отношений, возникающих на потребительском рынке;

она обладает неустойчивостью и динамичностью, поскольку постоянно меняется рыночная среда;

является относительной величиной, на которую влияют аналогичные показатели конкурентов.

Товары и услуги – это средства конкуренции, с помощью которых фирмы хотят завоевать внимание и деньги потребителей. В мировой практике

конкурентоспособность услуг определяется следующими основными факторами:

фактором соотношения качества предоставленной услуги основным правилам рынка, а также соответствием желаниям непосредственных потребителей;

фактором уровня репутации среди потребителей на рынке реализации.

Для выявления уровня конкурентоспособности необходимо проводить анализ сильных и слабых сторон предприятия, а также анализ факторов в той или иной степени влияющих на его деятельность. Ученые-экономисты А. Олливые, Р. Урсе, приводят восемь основных базовых ступеней, следуя которым предприятие всегда может быть конкурентоспособным на рынке услуг:

важность совершенствования товаров и услуг, которые входят в базовую деятельность предприятия;

товар или услуга должны быть качественными, то есть соответствовать свойствам товаров и услуг лидеров продаж на рынке, которых можно определить с помощью анкетирования или опроса потенциальных потребителей;

привлекательной ценой услуги или товара, в которую уже включена наценка предприятия;

использование собственного и заемного финансирования;

использование коммерческих методов и средств деятельности в продаже своих товаров и услуг;

ведение клиента даже после непосредственной продажи товара или услуги;

использование внешних продаж;

специальная подготовка специалистов предприятия перед продажей, которая предполагает обучение навыкам как предугадать требования предполагаемых потребителей, а также их потребностей [4].

Выше представленные факторы можно объединить в некую систему, которая представляет собой гипотетический «многоугольник конкурентоспособности», представленный на рисунке 1.



Рис. Многоугольник конкурентоспособности

Данный рисунок состоит из осей, на каждой из которых отображен вышеприведенный фактор конкурентоспособности. То или иное предприятие оценивается в бальной системе по данным факторам и количество этих баллов отображается на соответствующей оси, образуя некую площадь конкурентоспособности организации. Чем данная площадь выше, тем и выше конкурентоспособность организации. В рамках данного многоугольника можно отобразить множество предприятий, сравнивая их конкурентоспособность, таким образом можно провести анализ по разным факторам конкурентоспособности разных предприятий. Изображая на одном рисунке многоугольника уровни значений факторов конкурентоспособности для разных предприятий, становится возможным проведение анализа их конкурентоспособности по разным факторам, определяя его сильные и слабые стороны. Накладывая схемы друг на друга, можно увидеть слабые и сильные стороны предприятия по отношению к другому, что позволяет избежать острых форм конкуренции, а с другой – использовать свои преимущества и слабые стороны конкурентов.

Существуют еще определенные методы определения конкурентоспособности предприятия, которые классифицируются следующими критериями оценки:

качественные (SWOT-анализ, матричные методы, рейтинго-экспертные);

количественные (индексный метод, метод оценки по доли рынка, продукции и показателям состояния предприятия) [16].

Вообще все методы анализа конкурентоспособности можно также разделить на две большие группы:

те, в которых для оценки организации используются данные, подтвержденные документально (обзор статистических данных, оценка отчетности);

те, в которых для оценки используется чье-либо мнение (социологические исследования, экспертная оценка) [5].

Выводы. В результате проведенного анализа понятия и сущности конкурентоспособности, можно сделать вывод о том, что единый подход к дефиниции данного понятия на современном этапе отсутствует. Комплексные исследования различных зарубежных и отечественных ученых, с применением авторских методик при определении данного понятия не имеют законченной и комплексной структуры. Для определения конкурентоспособности определенного предприятия, его руководству необходимо определить наиболее значимые параметры и учесть все вышеприведенные факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия.

Список литературы

1. Немцова, В.О. Система добровольной сертификации в России как средство повышения конкурентоспособности туристских услуг / В.О. Немцова, Е.В. Ползикова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2017. – Т. 1. – С. 160-162.
2. Ползикова, Е.В. Современные каналы и методы продвижения туристского продукта / Е.В. Ползикова, Д.М. Михайличенко // Пути повышения

эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий материалы III международной научно-практической конференции. –2019. –С. 187-189.

3. Владимирова, Е.А. Фирменный стиль гостиничного предприятия "РЭД РОЯЛ" как метод повышения конкурентоспособности / Е.А. Владимирова // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа Материалы конференции.– 2019.– С. 209.

4. Ползикова, Е.В. Управление качеством на предприятии питания как метод повышения конкурентоспособности / Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, К.О. Губина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. –2018.– Т. 3.– С. 21-23.

5. Ползикова, Е.В. Волонтерская работа как метод повышения конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда/ Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская //Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере Материалы Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга.– 2017. –С. 75-77.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ АВИАПАССАЖИРАМ РАЗНЫХ КЛАССОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

ШПЫРНЯ О. В.,

канд. пед. наук, доцент,

кафедра социально-культурного сервиса и туризма,

ПИВОВАРОВА В.,

студентка 4 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Пассажиры на борту воздушного судна во время полета могут воспользоваться обслуживанием первого, бизнес и экономического класса, в зависимости от оплаченного тарифа. Перечень предоставляемых услуг по классам обслуживания определяет авиакомпания. Известно, первые восемь мест салона отдаются пассажирам бизнес класса, остальные – эконом-класс. Самолеты с 3 салонами используют с целью межконтинентальных полетов, в которых для каждого класса обслуживания отводится отдельный салон[4].

Цель исследования – описать процесс обслуживания авиапассажиров разных классов, а также дать сравнительную характеристику услуг в зависимости от оплаченного ими тарифа.

Изложение материалов основного исследования. Для прохождения регистрации пассажиры первого и бизнес классов пользуются специальными стойками для регистрации. Посадка таких пассажиров и высадка их производится в первую очередь, а транспортировка их в аэровокзал или к борту авиалайнера происходит специальным отдельным транспортом. Во время полета воздушного судна в таких классах пассажиров обслуживает высококвалифицированный персонал, а также им предлагают первоклассное вино и изысканное меню [2]. Салон класса повышенного уровня комфорта

оборудован удобными сидениями, с большим расстоянием между ними, что помогает удобнее расположиться и даже поспать во время длительного перелета. Таким образом, рост стоимости билета напрямую связан с уровнем сервиса. Для пассажиров первого класса на время ожидания посадки на рейс существует отдельное комфортное помещение. Здесь они могут насладиться бесплатными напитками (безалкогольными и алкогольными), а также легкими закусками. Первый класс отличается самым высоким уровнем комфорта и сервиса, а авиакомпании прибегают к различным формам аттракции пассажиров, готовых воспользоваться услугами перелета первого класса.

Пассажиры, летящие эконом классом, вне зависимости от того полный или специальный тариф, в полете могут получить соки, безалкогольные напитки и питание. Конкретный выбор меню авиакомпанией зависит от продолжительности, маршрута перелета и времени суток. Пассажиры эконом класса имеют меньше возможностей для провоза бесплатного багажа, обычно он ограничен количеством килограмм или же его отсутствием совсем. Обмен и возврат приобретенного билета достаточно затруднителен, как и другие возможности по сравнению с пассажирами других классов. В комплекс услуг, предоставляемых авиакомпанией, включается обслуживание пассажиров с времени вступления их на трап самолета и до момента, пока они не покинут салон после приземления самолета в пункте назначения [1]. Во время перелета пассажиры рейса находятся под надзором бортпроводников.

Количество услуг, предложенных авиапассажиру перевозчиком, определяется исходя из вида и оснащения самолета, времени полета и класса обслуживания, оплаченного авиапассажиром. Сравнительная характеристика услуг для пассажиров разных классов представлена в таблице.

Таблица

Сравнительная характеристика услуг для пассажиров разных классов

Услуги	Эконом – класс	Бизнес – класс и первый класс
Регистрация	У общей стойки в порядке очереди	У отдельной стойки, без очередей
Бесплатный провоз багажа	В основном до 23 кг	30-40 кг
Ожидание вылета	В общем зале	В VIP залах, с бесплатным буфетом, возможностью пользоваться оргтехникой и средствами связи в т.ч. факсом, и Интернетом
Возможность взять ручную кладь в самолет	1 место	2-3 места
Дополнительный комфорт на борту воздушного судна	Стандартный салон	Больше пространства. Увеличенный шаг между креслами, наличие гардеробного отсека для одежды. Для пассажиров первого класса – отдельные кабинки со спальным местом.
Обслуживающий персонал	Бортпроводники, имеющие обычную квалификацию	Специально подготовленные стюардессы и стюарды
Питание на борту самолета	Строго определенный ассортимент блюд и напитков	Богатое меню, разнообразный бар, возможность выбора разных блюд
Возможность сдачи билета, переноса даты вылета	Жесткая привязка к дате вылета, в некоторых случаях невозможность сдать билет	Наличие опции изменить дату вылета или пункт назначения

Выводы. В аэропорту обслуживание нацелено на обеспечение безопасности пассажиров, формальности, касающиеся документов, багажа. На борту самолета же сервис имеет более индивидуальный характер и ставит своей первоначальной целью удовлетворение потребностей пассажиров[3].

Список литературы

1. Еремина Е.А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е.А.Еремина, Д.М.Джабарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. № 1. – С. 117-119.
2. Кучеренко, И.М.Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туристической индустрии / И.М.Кучеренко, Е.В.Ползикова, Е.Л.Заднепровская, Я.В.Коробенко //Финансовая экономика.– 2019. – № 1. – С. 353-355.

3. Ползикова Е.В. Транспортное обеспечение в туризме / Е.В.Ползикова, Е.Л.Заднепровская //Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма.– Краснодар, 2018.– 256 с.

4. Ползикова, Е.В. Преимущества и недостатки использования воздушного транспорта в индустрии туризма / Е.В. Ползикова // Прикладные, поисковые и фундаментальные исследования: интеграция науки и практики. Материалы международной научно-практической конференции НИЦ «Поволжская научная корпорация». –2017.– С. 56-58.

АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА РЫНКЕ АКТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В ГЕЛЕНДЖИКСКОМ РАЙОНЕ

ЮРЧЕНКО А.А.,
канд. пед. наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Активный отдых сегодня представляет собой отдых с растущим уровнем конкуренции на рынке туристских услуг. Конкуренция – сильный стимул для улучшения работы предприятий. Основными задачами в сфере предоставления экстремальных услуг становятся создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, создание стабильной клиентуры через умение найти своего клиента, поиск и создание новых путей развития, постоянное развитие и корректировка маркетинговой политики с учетом динамично развивающегося рынка услуг.

Цель исследования – анализ предложений для развития активных видов туризма в Геленджикском районе Краснодарского края.

Изложение материалов основного исследования. На рынке активных видов туризма Геленджикского района функционирует ряд предприятий

занимающихся оказанием услуг в данном направлении. Среди них – клуб «Пилигрим», «Экстрим-клуб», «Торнадо». Клуб «Пилигрим» занимает среди них лидирующую позицию.

Клуб «Пилигрим» основан в 2004 году. Располагается в городе Геленджике. Целью создания фирмы является популяризация активных видов отдыха на курорте Геленджик, получение прибыли от туристской деятельности; создание новой «ниши» на существующем рынке услуг в городе и районе, отличных от ранее существовавших только в одиночку; создание новых рабочих мест.

Основным направлением деятельности предприятия является организация экскурсий. Клуб «Пилигрим» разрабатывает и проводит следующие виды отдыха для взрослых:

1) активный отдых: приключенческий спорт и приключенческие путешествия;

2) треккинг (trekking) – путешествие пешком от одного дня до нескольких недель различного уровня сложности, одновременно – обучение туристской технике и знакомство с природой. Выбор маршрутов – от окрестностей Геленджика до горы Эльбрус. Маршруты проложены по удобным тропам в самых красивых уголках Западного Кавказа;

3) джиппинг – путешествие на джипах по грунтовым дорогам и бездорожью в условиях горной местности. Предлагаются маршруты по территории Краснодарского края;

4) каньонинг – приключенческий поход по каньону горной реки от одного до нескольких дней. Туристы погружаются в мир скал и воды: прыжки с уступов и водопадов сменяются заплывами или спусками с высоких водопадов (20-30 м) по струе воды с помощью специального снаряжения. Маршруты хорошо подготовлены и представляют большую ландшафтную ценность ввиду редкого посещения массовыми туристами;

5) пещеры (спелеологический маршрут) – включает занятия по освоению

навыков работы со спелеологическим снаряжением, посещение необорудованных карстовых пещер;

6) конные маршруты – путешествие на лошадях;

7) экологический туризм – познавательные туры для школьников и взрослых в национальных парках и заповедниках под руководством профессионалов-географов, ботаников, геологов, историков;

8) клуб организует отдых: VIP, семейный, для организованных групп, индивидуалов, корпоративных и спортивных команд, детские и молодежные туры, поощрительные путешествия.

Все путешествия разработаны с учетом многолетнего опыта работы в труднодоступных местах и рассчитаны на участников разного возраста и физического развития, не имеющих специальной туристской подготовки.

Как было сказано выше, клуб «Пилигрим» имеет опыт в организации различных программ активного отдыха и экстремального туризма и предлагает следующие программы, которые предполагают самые различные способы передвижения: пешие походы, конные прогулки, каньонинг, ночевки в горах с организацией сауны – и все это в течение одного тура.

Основными предложениями на рынке активных видов туризма Геленджикского района являются:

Конные прогулки. Здесь можно приятно провести время на природе, покупаться в горной речке, покататься на лошадях, отведать на свежем воздухе шашлык. Маршрут не предусматривает длительных пеших переходов и изнурительных подъемов. Хорошо оказаться на лесной поляне у горной речки, в окружении гор, вдалеке от городской суматохи. Даже в самый знойный день лесная поляна, скрытая деревьями, удивляет своей прохладой. Горная речка не глубокая и не многоводная, но купание в ней отличается от морских купаний и приносит свежесть. Изюминкой поездки является катание на лошадях, организуемое как для умелых наездников, так и для новичков. Опытные инструкторы научат, как обращаться с лошастью, помогут сесть на лошадь.

Форелевая рыбалка. Это самый живописный уголок Геленджика. Радужная форель относится к ценным породам рыб семейства лососевых, обитающих в пресных и соленых водах. В России форель подавалась только к Царскому столу. Здесь можно увидеть, как выращивают эти ценные породы рыб, как их кормят и ухаживают за ними.

Водопады в долине реки Жане. Водопады активно посещаются из-за своей необычности и красоты природного происхождения и являются объектами повышенной аттрактивности. Располагаются в Геленджикском районе на 17-м километре автотрассы Геленджик - Архипо-Осиповка. В 100 м от трассы располагается первый водопад, у подножья которого выработана огромная чаша с бассейном. Следующий водопад — это целый каскад из 4-х небольших водопадов высотой 10 - 11 м. Один из водопадов называли Изумрудным, а расположенную ниже котловину — «Чашей любви». Недалеко располагается удивительная поляна, где можно поиграть в активные игры, посидеть у костра и окунуться в речке.

Экскурсия на Михайловский перевал. Это в 20 км от Геленджика. Сюда съезжаются художники и просто почитатели дикой красоты. Здесь головокружительные обрывы и сады, многоярусные рокошующие водопады и естественного происхождения «ванночки» с ледяной родниковой водой.

Дольмены - уникальные археологические памятники мирового значения эпохи бронзы. Возраст их колеблется в промежутке 4 - 4,5 тыс. лет. Это мегалитические сооружения. Открытие и первые упоминания о дольменах были сделаны в 1794 году академиком П. Паласом, который путешествовал по окраинам Российского государства. В долине реки Жане находится целая группа дольменов. К ней совершают экскурсии, проводят экспедиции. Дольмены — это хранилища древних знаний. Они строились нашими предками и предназначались для нас. Дольмены готовы открыть людям тайну бытия так, как понимали ее наши предки.

Долина тысячи курганов на реке Жане. В VIII-IX веках здесь был

адыгейский аул. Здесь на искусственно созданных террасах, росли чудесные сады, а вдоль реки были разбросаны глиняные мазанки с соломенными крышами, в которых жили средневековые адыги.

Все экскурсии в Геленджикском районе являются популярными, спрос на них растет из года в год, поэтому многие турфирмы развивают экскурсионное направление в своей деятельности.

Новыми маршрутами в деятельности клуба «Пилигрим» являются:

1. «Развалины».
2. «Грозные ворота».
3. «Маркхотский хребет».

Особым успехом пользуются программы для организованных групп туристов, направленные на укрепление корпоративного духа.

При разработке таких программ используют уже наработанный опыт. Успехом на данном сегменте рынка пользуются игры в пейнтболл. Одной из таких программ является популярная программа «Гонка в стиле Military – «Высота».

Активные программы в стиле «Military» – это возможность поиграть в войну, где нет побежденных, но есть единый, боевой дух команды. Программа проводится в течение двух дней, первый день обучающий, команды отрабатывают тактические приемы, меткость стрельбы, выполнение техники безопасности на специально оборудованном полигоне. Второй день – выезд в район, где разыгрывается игра в условиях горного рельефа (скалы, пещера, лес, река). Задача команд выполнить задание и занять высоту первой. В стоимость программы входит: организация пейнтбольных игр (подвоз оборудования, аренда снаряжения, организация площадок, 1000 шаров на 1-го участника; работа группы инструкторов из 10-12 чел., пиротехнические средства); организация экскурсионного дня (входные билеты на экскурсионные объекты, работа группы инструкторов 4-6 чел.); транспортное обслуживание на маршруте. Пример тура представлен ниже.

1 день. Встреча группы в аэропорту. Размещение в гостинице. Подготовительные игры на оборудованной площадке. Выход на оборудованную пейнтбольную площадку. Каждый участник получает набор пейнтбольного оборудования. Обсуждение правил игры и техники безопасности. Игра на площадке с определением команды победителя. Обед – пикник в Кавказском стиле.

2 день. Игра в естественных условиях. Район проведения игры полигон в поселке Возрождение. Сбор группы после завтрака. Выход в район проведения игры. Определение задач для групп (выйти в район, отбить засаду, захватить флаг, захватить командный сухпай, занять высоту, отбить атаку и т.д.). Игра. Определение победителей. Возвращение в гостиницу. В игре задействованы взрывпакеты и пейнтбольные гранаты. Обед во время программы в полевых условиях на природе, на свежем воздухе.

3 день. Освобождение номеров. Трансфер в аэропорт.

Однодневные приключенческо-игровые программы. Могут послужить хорошим дополнением в любом корпоративном туре или стать его основой.

Обучающий веревочный курс (переправы, альпинистские спуски, траверсы). Под руководством инструкторов каждый участник пройдет настоящую полосу препятствий, для многих задания будут пугающими и на первый взгляд невыполнимыми, в то же время самым важным результатом таких программ после прохождения, участники считают преодоление себя. В программе: прохождение полосы препятствий с обучением основам альпинистских техник (переправа, траверсы, спуск дюльфером, круто наклонный спуск, ориентирование, устройство бивуака).

«Поиски клада» - командная игра с поиском объектов, преодолением ряда препятствий, заданиями на сообразительность, целью которой является не только командное сплочение, но и знакомство с самыми яркими и интересными природными объектами Геленджикского района. В программе. Сбор группы после завтрака. Определение задачи. Разбивка на группы. Получение

необходимого инвентаря. Поиск по направлениям. Легенды по 3-4 этапам на каждом из которых группа получает подсказку для нахождения следующих. Сбор групп в месте, указанном по легенде. Пикник в кавказском стиле на берегу Черного моря с шашлыками.

«Солдаты удачи» – пейнтбольные игры на специально оборудованной площадке. Широко известны положительное воздействие пейнтбола на сплочение коллектива в ходе игры и выявление естественных лидеров – многие компании (к примеру, IBM, Макдональдс и др.) используют ее для подбора и формирования рабочих групп в ходе внутрикорпоративных турниров. Существует большое количество сценариев, по которым может развиваться игра.

Клуб «Пилигрим» имеет штат профессиональных инструкторов и экскурсоводов, которые постоянно работают над повышением своих компетенций и профессионализма, а результатом этого является их аттестация на категорию, отрабатываются новые маршруты, разрабатываются новые программы активных видов туризма.

Выводы. Исходя из анализа предложений активного отдыха можно сделать вывод о том, что, в целом, развитие данного направления является интересным и привлекательным с точки зрения повышения доходности и конкурентоспособности на рынке внутреннего туризма. Если говорить о результатах проекта относительно развития экстремального туризма в условиях региона в целом, то реализация этого вида отдыха повлечет за собой привлечение дополнительных потоков туристов в наш регион, и соответственно, увеличение притока финансов. Предлагаемый туристский продукт, который включает джипинг, джип-туры, будет качественным, безопасным, удовлетворяющим потребности и нужды туристов, в целом способствуя совершенствованию туристско-экскурсионных услуг в условиях Геленджикского района.

Список литературы

1. Заднепровская Е.Л. Конкурентоспособность Краснодарского края на рынке туристического бизнеса /Е.Л. Заднепровская, О.Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий материалы III международной научно-практической конференции. 2019. – С. 31-32.
2. Мартыновская А. А. Активный туризм: специфика продукта // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – С. 86–89. [Электронный документ] URL: <http://e-koncept.ru/2016/76361.htm>. (дата обращения: 02.10.2019).
3. Никонова Т. В. Особенности приключенческого туризма и перспективы его развития в России /Т.В. Никонова, В.Ю. Гусарова, О.Н. Пережогина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – №3. [Электронный документ] URL: <https://Cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-priklyuchencheskogo-turizma-i-perspektivy-ego-razvitiya-v-rossii> (дата обращения: 27.09.2019).
4. Рагер Ю.Б. Историко-культурный потенциал Кубани как фактор развития туризма /Ю.Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – 2013. – С. 235-239.
5. Рожко Н.Г. Патриотическое воспитание молодёжи на основе культурно-исторического, природного и рекреационного потенциала МО г. Геленджик /Н.Г. Рожко, А.А. Юрченко // Молодежь – Науке - IX: Развитие сферы туризма, гостеприимства и спорта в контексте повышения уровня и качества жизни населения: материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Сочи, 2018. –С. 97-100.
6. Самсоненко Т.А. Особенности развития въездного туризма в Российскую Федерацию на основе природно-ресурсного потенциала /Т.А.

Самсоненко, А.А. Юрченко //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1. – С. 147.

7. Экскурсии в Геленджике. Джиппинг, дайвинг, квадроциклы, [Электронный документ] URL: gelendzhik-travel.ru (дата обращения 12.10.2019).

8. Юрченко А.А. Развитие инновационных форм культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае / А.А. Юрченко, Ю.Б. Рагер, Т.А. Самсоненко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2016. – № 1. – С. 131-133.

ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГЕЛЕНДЖИКСКОГО МЕЗОРАЙОНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

ЮРЧЕНКО А.А.,
канд. пед. наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. Рекреационные ресурсы, разнообразная живописная растительность и ландшафт, гидроминеральные и лечебные источники, наличие курортно-туристского комплекса и др. способствуют развитию познавательного и экологического туризма, тем самым повышает аттрактивность района.

Целью исследования является рассмотрение природно-рекреационного потенциала Большого Геленджика, его особенностей и привлекательности для развития туризма в районе.

Изложение материалов основного исследования. Геленджикский мезорайон располагается на участке между мысом Пенай на севере и бухтой Инал на юге. Черное море представляет собой юго-западную границу, а Маркотхский и Главный Кавказский хребет образует его северо-восточную границу. Муниципальное образование курорт Геленджик из-за своей обширной территории часто именуют Большим Геленджиком, включающим курортные поселки на черноморском побережье и села, удаленные от моря. 1,6% территории Краснодарского края находится в Геленджикском районе, которые относятся к неосвоенным природным участкам с ограниченной промышленной и сельскохозяйственной деятельностью. Здесь главным природным оздоровительным ресурсом является море. Многочисленные реки (Пшада, Вулан, Шапсухо и др.) и речушки изобилуют порогами и водопадами, некоторые из них в летний период пересыхают. Более 120 дней длится купальный сезон (с середины мая до середины-конца октября, в зависимости от погодных условий), температура воды колеблется от +18 до +24° С, а в самые жаркие дни температура достигает + 29 градусов.

Ресурсные возможности пляжной зоны Большого Геленджика примерно 100 км, из них около 50% побережья ограничена возможность рекреационного освоения вследствие скального берега, территория с пляжами более 25 м почти 15 км. и шириной менее 25 м – 30 км.

Хозяйственные объекты, сады, виноградники занимают около 10% побережья и не могут учитываться в качестве рекреационных ресурсов. Горы Западного Кавказа тесто подступающие к побережью, покрыты хвойными и лиственным лесами (произрастают пицунская сосна, граб, бук, дуб, каштан). Склоны Предгорья заняты виноградниками, на базе которого организовано виноградоление.

Южнее курорта Геленджика преобладает субтропическая растительность, что говорит о пригодности данного района для рекреационного использования.

Однако, для Геленджикского района характерны значительные пространства с вторичным и восстановленным растительный покровом (например, Маркотхский хребет). В прошлом хребет был покрыт можжевельовыми и дубовыми леса, которые были вырублены в конце XIX века. Сейчас они заменены лесопосадками пицундской, крымской и эльдарской сосны. Отдельные можжевельовые леса, сохранившиеся только здесь, являются реликтами всего Черноморья и Средиземноморья, и поэтому находятся под охраной ЮНЕСКО.

Климат Геленджика, относящегося к зоне сухих субтропиков средиземноморья, схож с климатом Южного Берега Крыма. Особенностью климата курорта является действие северо-восточных ветров (норд-остов).

Гидроминеральные ресурсы Геленджикского района представлены значительными запасами лечебных минеральных вод. Официально зарегистрировано 18 месторождений и три самоизливающихся минеральных источника.

Следует отметить, что существенным дополнением к природно-климатическим ресурсам выступают туристские ресурсы историко-культурного характера. Одними из основных экотуристских объектов являются памятники природы: 3 геологического профиля, 12 водного и 14 ботанического.

Все это - главные ресурсы развития эколого-познавательного туризма как базового сектора экономики курорта, который привлекает в настоящее время на лечение и отдых почти 2,3 млн. туристов в год (2018 г.). Рассмотрим некоторые из них:

1. «Пенайские можжевельники». Достопримечательности на маршруте: посадки пицундской сосны, редкие экзотические растения, группа родников, месторождение минеральной лечебной воды на территории детской здравницы «Источник», братские могилы участников Великой Отечественной войны, монумент «Морякам революции» в память о затоплении Новороссийской

эскадры в 1918 г., обелиск гидрографам Черноморского флота, музей «Батарея капитана Зубкова», военно-инженерное сооружение дот.

2. «Сосновые каньоны». Достопримечательности на маршруте: реликтовые массивы сосны пицундской, приморские скалы, скальные урочища и каньоны, «висячие» долины ручьев, подводные скальные ландшафты, группа родников в ущельях массива Таупхат, месторождение минеральной лечебной воды «Дообское», группа средневековых курганов и остатки поселений.

3. «Маркотх». Достопримечательности на маршруте: эндемическая растительность средиземноморского типа, сосны и другие декоративные растения. Участки горной степи, сейсмогенный оползень, группа родников в ущельях юго-западного склона, каскад прудов в Яниной щели, остатки античного средневекового поселения, катакомбы, использовавшиеся в период Великой Отечественной войны.

4. «Джанхот-Прасковеевка». Достопримечательности на маршруте: бор пицундской сосны, можжевельниковое редколесье «Хуторское», пихта андалузская и кедры ливанские, вековые дубы, курганные средневековые могильники в «Священной дубовой роще» и на горе Святой Нины, скально-ландшафтный комплекс «Голубая бездна», одиночные живописные скалы «Золотой утес», «Хлебная» и «Парус», тектонические разломы, лиманные лечебные глины, подводные ландшафты, группа родников, месторождения минеральных лечебных вод «Джанхотская» и «Прасковеевская» (у Поповской щели), остатки античных и средневековых поселений в долине р. Джанхот. Остатки средневековой крепостной стены, подпорных стен террасного земледелия, Братская могила воинов Великой Отечественной войны, мемориальная музей-усадьба братьев В. Г. и И. Г. Короленко, мемориальная усадьба Ф. А. Щербины, бывшая дача Шмидта, православный действующий храм в с. Прасковеевка.

5. «Идокопас». Достопримечательности на маршруте: приморский ленточный бор сосны пицундской, уникальное сочетание местной и экзотической средиземноморской флоры, приморские скальные обрывы и

урочища, скально-лесное урочище мыса Идокопас, древние береговые террасы, подводные скальные ландшафты, родники и водопады, средневековые курганные могильники и остатки древних поселений, остатки средневековых генуэзских крепостей XIII-XV вв., остатки античных поселений IX-X вв. до н. э.

6. «Архипо-Осиповское взморье». Достопримечательности на маршруте: эталонный участок мелкогравийного пляжа, русло устья р. Пшада, средневековый курганный могильник, остатки вала Ново-Троицкого укрепления времен Кавказской войны (XIX в.), военно-инженерное сооружение дот.

7. «Бухта дельфинов». Достопримечательности на маршруте: восточный участок Архипо-Осиповского бора сосны крымской, приморские скальные урочища, подводные ландшафты, средневековый курганный могильник в Дровяной щели и группа дольменов (Хан, Тор и Майя).

8. «Бассейны рек Адерба и Мезыбь». Достопримечательности на маршруте: можжевельное редколесье, причудливый скальный останец «Джигит-камень», скальное урочище «Геленджикские столбы», скальные каньоны верховья р. Жане и ее приток, водопады в бассейне р. Жане, малые водопады в притоках р. Адерба и р. Мезыбь в ущельях Цегельская щель и Ачибс, подпрудное родниковое озеро «Бездонное», группа родников, самоизливающиеся источники минеральных вод «Шебское» и «Ачибско-Жанейское», дольменные группы и одиночные дольмены. Святилище «Вербовая щель», гора Нексис, урочище «Черкесское», села Возрождение и Широкая щель, Адербиевка, средневековые курганные могильники, система урочищ Вербовая щель, Эриванская щель, Церковная щель и Крингерова щель, хребет Шпальный, «Долина 1000 курганов», палеолитическая стоянка близ хребта Светлый (200 тыс. лет до н.э.), братские могилы воинов Великой Отечественной войны, православный храм в селе Адербиевка.

9. «Михайловский перевал». Достопримечательности на маршруте: эталонный участок дуба пушистого на горе Согласия, скальные выходы

известняков «Михайловоперевальское», группы родников в урочищах Ширман, Верхние поляны, Геркулова щель, Почтовая щель, средневековый курганный могильник «Школьная горка», памятный знак о событиях Гражданской войны «Железный поток», братские могилы воинов Великой Отечественной войны, могила политической ссыльной и просветительницы В. Н. Николаевской, место усадеб первопоселенцев Череватенко и Симиренко и др., народный художественный музей.

10. «Долина реки Тхаб». Достопримечательности на маршруте: скальные каньоны р. Тхаб и Юшковой щели, высшие точки рельефа в Геленджикском районе вершины горы Тхаб (905 м) и горы Безымянной (921 м), каскады водопадов в каньоне рек Тхаб и притоков Юшковой щели, именной колодец первопоселенца и просветителя А. В. Юшко, родники «Майя», «Зеленая борода» и «Серебрянный», средневековый курганный могильник, воинское кладбище в западной стороне с. Пшада.

11. «Широкопшадские водопады». Достопримечательности на маршруте: «Долина 40 водопадов» (Рогачевская щель) реки Псоумет, каскады водопадов в притоках реки Псоумет, выявлены неизвестные ранее дольмены.

12. «Пшадские дольмены». Достопримечательности на маршруте: группа дольменов из 4 памятников археологии, античный могильник (IV—II в. до н. э.)

13. «Средняя Пшада». Достопримечательности на маршруте: роща «Городок дольменов», Пшадские гроты. Скальный каньон и водопады в Авроамовской Щели, комплекс дольменов в урочище Панасова щель, группа дольменов - святилище в урочище «Циганков Аул», дольмены в Капустяновой и Аленичовой щели, средневековый курганный могильник в Лефтеровой щели, памятные знаки и воинское кладбище в с. Пшада.

14. «Верхняя Пшада». Достопримечательности на маршруте: эталонный участок дуба скального, лесной массив коренных кавказских древесных пород с третичными реликтами, вековой дуб «Священный» (300 лет), песчанниковые скалы «Пшадские ворота», комплекс «Папайская скала» с родником, скальные

каньоны верхнего течения р. Пшада р. Красная Речка, группа каскадных водопадов в верховья р. Пшада,, на р. Красна Речка, в Сосновой роще, на р. Кочкара и ее притоках, водопад «Мельничный ручей», средневековые курганные могильники на р. Холодный родник и в долине р. Красная Речка, комплексный памятник природы горы Папай.

15. «Плато Облего». Достопримечательности на маршруте: горно-луговой ландшафт, родники в истоках рек Схошток, Авроамова щель, Текос, Облего (Серомахина щель).

16. «Бассейн реки Морозова щель». Достопримечательности на маршруте: роща тиса ягодного, каньон Подколозин яр с тремя пещерами и четырьмя родниками, минеральный источник Родоновый в Соляной щели, Дольмен в Татарской щели.

17. «Гебиусские водопады». Достопримечательности на маршруте: каньон в верховьях р. Тешебс с тремя каскадами водопадов, родниками и двумя гротами.

Таким образом, высокий потенциал рекреационных ресурсов Геленджикского района обуславливают современные и прогнозируемые особенности туристского спроса:

рост значимости состояния окружающей среды при выборе региона отдыха;

тяготение к отдыху в зонах нетронутого ландшафта,

совмещение оздоровления с другими видами деятельности;

тенденция к более активному, интенсивному проведению отдыха.

Выводы. Эколого-познавательный туризм может стать одним из главных видов туристской деятельности в РФ, а в ряде регионов заложить основу для устойчивого развития экономики. Геленджикский район Краснодарского края имеет богатый потенциал для развития этих видов туризма. Территория района имеет разнообразный ландшафт, на ней располагаются горы, реки, море, пляжи.

Умеренно-влажный климат, относящийся к зоне сухих субтропиков средиземноморья, который схож с климатом Южного Берега Крыма.

Список литературы

1. Заднепровская Е.Л. Туристский имидж как один из главных факторов устойчивого развития Кубани /Е.Л. Заднепровская, А.А. Юрченко //Вестник Национальной академии туризма. – 2017. – № 3 (43). – С. 48-52.
2. Официальный сайт Администрации муниципального образования город-курорт Геленджик [Электронный ресурс] <https://gelendzhik.org/city/> (дата обращения 02.10.2019).
3. Рагер Ю.Б. Историко-культурный потенциал Кубани как фактор развития туризма /Ю.Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – 2013. – С. 235-239.
4. Рагер Ю.Б. Исторические и социальные аспекты межрегионального туризма на Кубани и в республике Крым /Ю.Б. Рагер //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2014. – № 1. – С. 69-70.
5. Сычева А.А. Туризм на Кубани: состояние и перспективы /А.А. Сычева, А.А. Юрченко //Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Сочи: СГУ, – 2016. – С. 96-99.

**ВИНОГРАДОРСКО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ КАК
ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КУБАНИ**

ЮРЧЕНКО А.А.,

канд. пед. наук, доцент,

ПОПОВА А.,

обучающаяся 3 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время производство вин является важной отраслью в структуре Российской экономики. Объясняется это высоким потребительским спросом на винодельческую продукцию и связанных с этим увеличением денежных поступлений в Федеральный и региональные бюджеты. В нашей стране винная продукция занимает особое место на рынке продовольствия. Большинство исследователей-маркетологов занимающихся изучением механизмов развития рынка алкогольной продукции выделяют продукцию виноделия в отдельные сегменты, имеющие целый ряд интересных особенностей.

Цель исследования – проанализировать сферу виноделия на Кубани, перспективы развития данной отрасли сельского хозяйства в регионе.

Изложение материалов основного исследования. По оценкам Министерства сельского хозяйства России общая площадь виноградников в стране на конец 2017 года было равно 87000 гектарам. Из этого числа 70000 гектар на сегодняшний день принадлежат плодоносящим виноградникам. С 2013 года общая площадь виноградников нашей страны увеличилась на 20000 гектар. Эта цифра соответствует общей площади виноградных плантаций, расположенных на территории республики Крым. Общий сбор виноградного

сырья для производства продукции в том же 2017 году по данным Минсельхоза составил 750000 тонн. Из этого количества было произведено около 350 млн литров вина. Несмотря на такие значительные показатели, учитывая климатические особенности нашей страны, анализ динамики спроса на винодельческую продукцию показывает, что произведенного в 2017 году вина хватило только для покрытия чуть более 40% от общей потребности.

Общий спрос на винодельческую продукцию в 2017 году по данным экспертов составил около 780 млн литров. Недостающие 430 млн литров были покрыты за счет импорта вин с территории стран СНГ и Европейского союза. При этом наибольший процент ввезенной в нашу страну виноделия приходится на Испанию - 43%. На втором месте находится Украина – 19,41%. Молдавия - 9%, Узбекистан – 7,2%, Италия – 3,1%.

Достаточно большую долю отечественного рынка винодельческой продукции по итогам 2017 года заняла ЮАР – 13,2%. Государство, которое является самым отдалённым партнером винодельческой продукции в нашу страну. Стоит отметить, что помимо готовых изделий, указанные государства поставляют в нашу страну также виноссырьё, которое используется также на отечественных предприятиях для изготовления вин под Российскими брэндами. Данный факт напрямую не противоречит законодательству и не несёт в себе никаких нарушений. Однако производитель зачастую не сообщает информацию о том, из какого сырья произведен напиток. Вводя таким образом в заблуждение конечного потребителя.

Такое положение вещей как показывает анализ, напрямую сказывается на качестве произведенного вина, что наносит урон Российским винодельческим предприятиям. По оценкам экспертов доля псевдо-Российского вина произведенного с использованием иностранного сырья составляет 12,5%. Цена таких напитков, как правило, является в два раза ниже, но и качество таких напитков значительно хуже. Такое положение вещей создает огромную проблему неконкурентоспособности российских виноделов.

Указанная проблема является достаточно острой. Анализ развития винодельческой отрасли на Кубани показывает, что для решения принимаются меры, совпадающие с общим вектором развития виноделия в России. Среди этих мер можно назвать:

увеличение количества виноградников и производства вин и сырья с целью уменьшения стоимости конечного продукта;

изменение структуры потребления алкогольных напитков с целью увеличения доли натуральных вин;

принятие экономических и законодательных мер с целью стимулирования отечественного виноделия;

введение реестра виноградных насаждений и целого ряда других мер по развитию винодельческой отрасли.

Анализ итогов развития винодельческой отрасли по итогам 2018 года в Краснодарском крае показывает рост производства, несмотря на целый ряд проблем. Речь о которых шла выше, край занимает лидирующие позиции по итогам прошедшего года, что во многом объясняется его наиболее выгодным экономико-географическим положением в сравнении с другими регионами нашей страны. По данным на конец 2018 года общая площадь виноградников в крае составила 26,6 тысяч гектар, что составляет 30,3% общей площади всех виноградников на территории России. При этом доля собранного винограда на территории края составило 48% от общего сбора винограда по России.

В цифровом выражении данный показатель составил 209,7 тысяч тонн. Из них 8,5 тысяч тонн пришлось на столовый виноград. Данный показатель оказался на 12 тысяч тонн выше, чем в 2017 году. Также по итогам 2018 года общую площадь виноградных плантаций удалось увеличить на 2163 гектара, что на 35% превышает показатель, достигнутый в 2017 году.

В настоящее время виноградные плантации на территории Краснодарского края сосредоточены в 6 муниципальных образованиях. Таких как Крымский район, город-курорт Анапа, Геленджик, Новороссийск, Ейский и Темрюкский

районы. По итогам 2018 года Краснодарский край вышел на первое место в России по объему произведенного вина - 47% от общего количества и шампанского 32% от общего количества.

На сегодняшний день в крае работает 50 производителей винодельческой продукции. 28 из них работают по принципу полного цикла, т.е. от момента сбора сырья до производства готовой продукции. В общей сложности эти предприятия производят более 10 тысяч различных наименований винодельческой продукции. Анализ показывает, что все винодельческие отрасли Краснодарского края демонстрируют значительный рост в сравнении с предыдущими годами.

Оценивая перспективы развития винодельческой отрасли и связанных с ней проектов, необходимо отметить, что в настоящее время в крае активно реализуется целый ряд инвестиционных проектов, среди которых строительство нового завода по производству вина и шампанского в окрестностях города Анапы, которое должно завершиться к концу 2019 года. Перспективным направлением также является развитие винного туризма. Однако это направление сталкивается с целым рядом сложностей. Главной из этих сложностей является неразвитость транспортной инфраструктуры, что характерно для всей туристской отрасли Кубани. Сегодня из достаточно большого количества винодельческих предприятий только 19 из них занимаются организацией проведения экскурсий.

Выводы. Опыт развития винодельческой отрасли на территории Кубани показывает, что дальнейшие перспективы напрямую зависят от направления Федеральной и региональной политики в данной отрасли и прямой заинтересованности государства в развитии виноделия. Можно констатировать наличие заинтересованности развития данной отрасли. Однако очевидно, что для более успешной реализации инвестиционных проектов необходимо принятие целого ряда протекционистских и законодательных мер, которые

должны помочь отечественным виноделам посредством повышения конкурентоспособности конечного продукта.

Список литературы

1. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник. /А. Н. Асаул. – СПб.: АНОИПЭВ, 2009 – 336 с.
2. Барабаш И. П. Отечественное виноделие: перспективы развития / И. П. Барабаш, Е. С. Романенко, Е. А. Сосюра, А. Ф. Нуднова, А. И. Чернов, М. В. Селиванова, А. А. Юхнова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 1. – С. 67-72.
3. Егоров Е. А. Перспективы и проблемы развития винодельческой промышленности Краснодарского края. / Е. А. Егоров, Т. И. Гугучкин, Н. М. Агеева – URL: <http://doc.knigi-x.ru/22selskohozyaistvo/323468-1-1-perspektivi-problemi-> (дата обращения: 21.08.19).
4. Заднепровская Е. Л. Продвижение коммерческих услуг винодельческих предприятий Кубани через экскурсионную деятельность /Е. Л. Заднепровская, Н. Ю. Заднепровская // Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения Материалы I Международной научно-практической конференции. 2017. С. 403-406.
5. Милько А.И. Роль виноградарства и виноделия для развития экономики рекреационной зоны Краснодарского края /А. И. Милько // Economics. – 2015. - № 1. – С. 9-15.
6. Минченко В. Г. Развитие аграрного туризма на основе виноделия и виноградарства на юге Российской Федерации /В.Г. Минченко, Е.Л. Заднепровская // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Ответственный редактор И.П. Подмаркова. 2018. С. 172-176.

7. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 № 717 (ред. от 01.03.2018) «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70110644/> (дата обращения: 20.08.19).

8. Саркисян А. Российские вина. Авторский гид 2015. /А. Саркисян. - М.: 2015. – URL: <https://ruswineguide.ru/shop/gid-2015/> (дата обращения: 20.08.19).

9. Ребий Е. Ю. Проблемы и стратегические направления развития виноделия в России /Е. Ю. Ребий, Н. В. Жукова // Молодой ученый. – 2018. – №21. – С. 295-296. – URL <https://moluch.ru/archive/207/50741/> (дата обращения: 20.08.2019)

РАЗВИТИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В АКВАТОРИИ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

ЮРЧЕНКО А.А.,

канд. пед. наук, доцент,

ПОПОВА А.,

обучающаяся 3 курса,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма»,

г. Краснодар, Российская Федерация

Постановка проблемы в общем виде. К настоящему времени круизный туризм в акватории Черного моря находится на стадии своего возрождения. Подобная возможность открылась перед представителями туристского бизнеса Крымского полуострова в 2014 году. При этом успешное восстановление и дальнейшее развитие данного направления туризма возможно благодаря тому,

что круизный туризм, а также пассажирское судоходство внутри акватории Черного моря имеют довольно богатую историю.

Цель исследования – обосновать направления развития круизного туризма в акватории Черноморского побережья Краснодарского края и Республики Крым.

Изложение материалов основного исследования. На сегодняшний день, туризм в акватории Черного моря находится на активной стадии своего возрождения, которая началась после окончательного присоединения Крымского полуострова к Российской Федерации. На основе ранее существовавших советских круизных маршрутов разрабатываются новые проекты, крупнейшим из которых является «Золотое кольцо Боспорского царства». Однако успешное развитие круизного туризма в акватории Черного моря будет невозможно без своевременного устранения некоторых проблем, до сих пор требующих разрешения.

Впервые пассажирские линии между портами Черного моря были налажены в середине XIX в., а круизный туризм в чистом виде вошел и находился на пике своего развития в Советское время в 1960-х гг., когда Крымско-Кавказская круизная линия в год принимала до 150 тыс. пассажиров ежегодно. Основной базой советского круизного туризма стали такие портовые города как Одесса, Ялта и Сочи. Поэтому после распада Советского государства, отделением Украины от России, круизный туризм в Черноморской акватории пришел в значительный упадок. Кроме того, после 2014 г. ввиду ухудшения взаимоотношений с Украиной и после введения санкций, существовавшие ранее круизные маршруты с выходом в Средиземное море были закрыты.

Однако перспективы для развития внутреннего круизного туристского бизнеса очевидны.

Во-первых, со стороны потребителей существует устойчивый спрос на услуги круизного туризма. При этом потребители есть как на чисто морской вид круиза, так и на смешанный его вид.

Во-вторых, в Краснодарском крае на сегодняшний день имеют возможность принимать туристов, направляющихся в круизное путешествие три портовых города: Сочи, Новороссийск и при должной подготовке Туапсе. На Крымском полуострове принимать пассажирский поток могут сразу несколько городов: Керчь, Феодосия, Ялта, Севастополь.

В-третьих, Черноморская акватория имеет прекрасные географические условия для проведения круизных маршрутов различного уровня. Глубина Черного моря позволяет отправляться в плавание на круизных лайнерах, пароходах, яхтах, катерах и др. судах с разным водоизмещением. Кроме того, практически каждый город Черноморского побережья, даже не обладающий статусом города-порта способен принимать мелкие суда, благодаря наличию бухт. Среди таких бухт можно назвать: Геленджикскую бухту, Голубую бухту, Двужорную бухту, а также множество бухт в городе Севастополе.

Более того, неплохую базу для возрождения круизных маршрутов между Черноморскими портовыми городами и Крымом составляет опыт, оставленный со времен существования морского сообщения до распада СССР. Так, например Крымско-Кавказская круизная линия включала в себя посещение таких портовых городов как: Сочи, Новороссийск, Феодосия, Ялта, Севастополь, Одесса. На этой основе активно разрабатываются проекты, целью которых является возрождение внутреннего круизного туризма в Черноморской акватории между портовыми городами Крыма и Краснодарского края.

В частности, одним из самых перспективных проектов на сегодняшний день является культурно-исторический проект «Золотое кольцо Боспорского царства». Первым крупным мероприятием в рамках реализуемого проекта, стала парусная регата, проведенная в честь открытия курортного сезона с 25 июня по 1 июня 2019 г. Экипажи крейсерских яхт прошли маршрут Геленджик

- Севастополь, с заходами и стоянками в городах, связанных с античной историей: Торик (Геленджик), Горгиппия (Анапа), Пантикопей (Керчь), Ялта, Херсонес (Севастополь). В каждом городе для яхтсменов подготовлены представления, экскурсии и развлекательные программы. Регата вызвала большой интерес не только у яхтсменов, но и у туристов, которые наблюдали за ней с берега. В дальнейшем развитие данного круизного проекта планируется не только для профессиональных яхтсменов, но и для любителей, в частности семей, туристских групп и индивидуальных туристов.

Несомненно, успешное внедрение подобных проектов может стать достойным подспорьем развитию пляжному туризму в курортных городах Черноморского побережья Кубани и Крыма.

Вместе с тем успешному развитию круизного туризма в акватории Черноморского побережья на сегодняшний день препятствует ряд серьёзных недостатков, связанных с инфраструктурой и отсутствием крупных инвесторов, заинтересованных в данном виде туризма на Черном море.

Прежде всего, большинство морских вокзалов и пассажирских портов как в Краснодарском крае, и так и в республике Крым, требует сложнейшей реконструкции, и получения соответствующих разрешений на осуществление пассажирских перевозок в морской акватории. К примеру, после окончания Олимпиады в Сочи, многие морские вокзалы остаются огороженными заборами и причалы до сих пор перекрыты, центральный морской вокзал города Новороссийска на сегодняшний день не осуществляет пассажирские перевозки, Керченский порт практически не принимает пассажирские суда, занимаясь преимущественно паромной переправой.

Так же Черноморским круизам составляет успешную конкуренцию развитый сектор круизного туризма в Средиземном море, а также круизы на Балтике в Северных морях. В отличие от Черноморских туристских компаний, компании конкурентов, согласно данным туристских сайтов, располагают

большим ассортиментом доступных судов, разнообразными маршрутами, а также сравнительно низкими ценами на услугу.

Выводы. Подводя итог вышесказанному, следует заметить, чтобы добиться заметного улучшения в секторе круизного туризма на Черном море, по-нашему мнению, удастся достичь путем использования как современных методик и средств туристского бизнеса, так и богатого исторического опыта, который уже был накоплен нашей страной в имперский и советский период. В частности, наилучшим выходом в сложившейся ситуации могло бы стать повторное открытие знаменитой Крымско-Кавказской линии пассажирских перевозок с учетом всех инноваций туристского бизнеса.

Список литературы

1. Аджар А. Сумеют ли возобновить круизный туризм между Сочи и Крымом? /А. Аджар. // Архитектура Сочи. – URL: <https://arch-sochi.ru/2016/09/sumeyut-li-vozobnovit-kruiznyiy-turizm-mezhdu-sochi-i-kryimom/> (дата обращения: 11.08.19).
2. Кудрин Е. Л. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России /Е. Кудрин. - Кемерово: Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2015. – 255 с.
3. Кружалин В. И. География туризма: учебник. /В. И Кружалин. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
4. Новороссийск – самое удобное место для отплытия в круиз // Русский путешественник. – URL: <https://rodtour.ru/rest/cruises/chernoe-more.html> (дата обращения: 10.08.19).
5. О проекте «Золотое кольцо Боспорского царства» // Официальный сайт проекта. – URL: <http://russian-bospor.ru/longread> (дата обращения: 11.08.19).
6. Ползикова Е. В. Пути продвижения и проблемы реализации речных круизов в России /Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская, Д. В. Завьялова //Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 24-26.

7. Селиванов В. В. Круизное судоходство на Черном море: от кризисной ситуации к устойчивому развитию /В. Селиванов // Крымский научный вестник. – 2015. – № 5. – С. 66-73.

8. Чудновский А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства, и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие. /А. Д. Чудновский - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. –304 с.

9. Яковенко И. М. Географические тенденции развития морского круизного туризма /И. М. Яковенко, Н. Ф. Лазицкая // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. – 2014. – № 2. – С. 238-248.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ДНР

ЯКИМЕНКО Е.А.,

магистрант,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Формирование эффективной системы стратегического планирования индустрии туризма в рамках социально-экономического развития региона представляет собой длительный процесс, связанный с совершенствованием всей системы управления сферой туризма в регионе и повышением уровня его организационной культуры [1].

В Донецкой Народной Республике рынок туристических услуг находится на ступени становления, тем самым требует значительного внимания со стороны государства. Туризм может стать той сферой экономики ДНР, которая позволит улучшить качество жизни населения и увеличить рост налоговых поступлений в экономику региона.

Цель исследования – на основе анализа туристско-рекреационной сферы ДНР разработать предложения по формированию стратегии развития туризма Донецкой Народной Республики.

Изложение материалов основного исследования. Для того чтобы сформировать предложения по разработке стратегии развития туризма в регионе, необходимо выявить основные проблемы туризма в ДНР. Среди них остаются острыми такие вопросы как отсутствие страхования туристов на территории Донецкой Народной Республики.

Для эффективного становления Донецкой Народной Республики в сфере туризма, следует определить направления развития туризма в регионе:

благоустройство туристско-рекреационных зон и восстановление инфраструктуры;

развитие экскурсионного обслуживания;

совершенствование кадровой системы в сфере туризма, включающей повышение квалификации, получение специального профильного образования;

развитие социального и спортивного видов туризма;

формирование положительного имиджа ДНР на международном уровне;

развитие сферы развлечений;

транспортное обеспечение;

выход из сложной политической обстановки.

Одним из главных факторов развития внутреннего и въездного туризма в Донецкой Народной Республике является выход к Азовскому морю. Учреждения образования, науки, культуры и искусства являются элементами региональной культуры. Важно отметить и роль спортивных объектов Республики для формирования положительного имиджа ДНР и развития спортивного туризма.

В Донецкой Народной Республике для государственного управления в сфере туризма используется вторая модель управления туризмом. Данная модель подразумевает комбинированное министерство туризма и отраслей

непроизводственной сферы. В ДНР эти функции выполняет Министерство молодежи, спорта и туризма.

Генеральная стратегия развития туризма в регионе направлена на создание конкурентоспособной отрасли, улучшение экологической ситуации в регионе. В качестве приоритетных направлений развития туризма предлагается остановиться на спортивном, социальном и экскурсионно-познавательном туризме.

Реализация данной стратегии позволит увеличить количество приезжающих туристов, тем самым увеличится и приток денежных поступлений в экономику региона, а также, учитывая мультипликативный эффект туризма, стимулировать развитие сопутствующих отраслей экономики и повышение занятости населения.

Важным является воплощение функциональных стратегий развития туризма в ДНР.

Реализация маркетинговой функциональной стратегии должна быть организована в формате присутствия на выставках и ярмарках по применению инструментов продвижения туристских продуктов, а также грамотной рекламе социальных туристских проектов.

Инвестиционная функциональная стратегия заключается в привлечении финансовых ресурсов, вкладываемых в развитие и становление туристской отрасли. Приоритетной формой в рамках данной стратегии для ДНР является использование механизма государственно-частного партнерства.

Законодательная функциональная стратегия предусматривает совершенствование и формирование законодательной базы в сфере туризма. В первую очередь речь идет о принятии властями ДНР закона о туристской деятельности.

Экологическая функциональная стратегия основывается на реестре особо охраняемых природных территорий, а также создания новых туристских маршрутов.

В рамках генеральной стратегии развития туризма ДНР представить меры, направленные на достижение целей и задач:

принятие закона о туристской деятельности и разработка предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере туризма;

развитие и совершенствование туристской инфраструктуры;

облагораживание природных зон Республики (очистка рек и прибрежных территорий от мусора, озеленение и т.п.);

в сфере социального туризма: разработка совместно с Министерством программ государственной поддержки, направленных на повышение качества отдыха на территории ДНР таких категорий граждан как люди пожилого возраста, люди с ограниченными возможностями, студенты, малоимущие семьи и т.п.;

развитие кадровой системы в сфере туризма;

совершенствование статистического учета;

формирование положительного имиджа ДНР среди других стран;

создание благоприятных условий для инвестиций в туристскую сферу при помощи системы государственно-частного, согласно действующему законодательству ДНР и развитие предпринимательства, а именно среднего и малого бизнеса в сфере туризма.

Важно отметить, что данные меры должны осуществляться совместными усилиями исполнительных, законодательных органов государственной власти, муниципальных властей, государственных организаций и общества в целом.

Выводы. Таким образом, в результате реализации данной стратегии можно получить эффективный туристский комплекс, который бы соответствовал потребностям населения Республики и иностранных гостей в разнообразных туристских услугах и служил бы фактором укрепления авторитета ДНР на международном уровне. Ключевым фактором выбора в качестве приоритетных видов социального, спортивного и экскурсионно-познавательного туризма, является то, что, внутренний туризм в ДНР станет не

просто доступным для всех граждан, но и будет способствовать становлению здоровой, культурной и образованной нации.

Список литературы

1. Стратегическое планирование в индустрии туризма. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/vaneeva2.htm

PROBLEMAS ACTUALES DE LA ADMINISTRACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LAS ISLAS BALEARES

JOSÉ A. DÍEZ Z.,

Coordinador turístico de la Oficina de Turismo en Mallorca (Palma de Mallorca, Islas Baleares, España),

STASHKO E.V.,

*profesora de la Catedra de lenguas extranjeras
de la «Academia de Gerencia y Administración Pública
ante el Gefe de Estado de la República Popular de Donetsk»,
Donetsk, RPD*

Declaración del problema en general. El sector turístico de las Islas Baleares aporta los principales ingresos en la economía de esta Comunidad Autónoma de España. La más popular entre los turistas es la isla Mallorca que destaca por ser una isla que tiene ciudad, playas bonitas y accesibles, y montañas, que junto a su clima templado hace que sea atractivo para los turistas. Como consecuencia el número de turistas en la isla ha ido aumentando año a año, destacando el gran volumen de turistas en los meses de verano. Como consecuencia de este aumento de turistas, el índice de presión humana en la isla está llegando al límite, llegando hasta 1,46 millones de personas en Mallorca.

Ante esta saturación turística, se generan problemas para la población residente y se aumenta el descontento de los turistas, y esto hace que se cree un malestar general en la isla. Por esta razón, es interesante descubrir los problemas de la

Administración que genera esta saturación y que acciones se deberían realizar para solucionarlos.

Los objetivos generales del presente labor son: determinar si hay percepción de la saturación turística en Mallorca, cuáles son los problemas de la Administración en el sector turístico más importantes en relación con esta saturación, y qué soluciones son las más óptimas para reducirla.

Presentación de los materiales del estudio. Para analizar los problemas de la saturación turística primeramente vamos a definir el término de *la capacidad turística*. La palabra *capacidad* se relaciona directamente con el número máximo de personas o visitantes que puede albergar un recurso o destino turístico (Gómez y Palafox, 2014).

Muchos investigadores han utilizado este concepto para definir el número total de turistas que caben en un espacio. Siguiendo las líneas marcadas por los primeros investigadores, la capacidad de carga turística relaciona al mismo tiempo residentes y turistas, y costes y beneficios. De esta manera, cuando en un espacio se superan el número de personas para que el entorno no se vea perjudicado, se puede hablar de saturación turística.

En las Islas Baleares desde hace tiempo ya no todo lo que reluce es sol y la arena de la playa. Otros alicientes muy atractivos para los turistas se empezaron a dejar ver por mediación de organizadores poco conscientes de lo que se les venía encima. Frente a esto se encontraba la población local, la cual ha ido tomando conciencia con el pasar de los días y, sobretodo, de las noches por sus ciudades donde el turismo de masas y barra libre ha ido dejando huella.

Las Islas Baleares contaban con un nivel alto de vida gracias a las divisas que aportaba el turismo en sus diferentes variantes como puede ser el de sol y playa, deportes, senior o el náutico donde en la mayoría de sus puertas se observan muchos barcos de recreo amarrados. Todo esto ha dado paso a una masificación descontrolada de las ciudades y pueblos, mas cuando se han realizado negocios sin

control alguno por parte de la Administración en perjuicio de las islas y en beneficio de unos pocos.

A día de hoy, uno de los problemas que se presentan ante las puertas de la Administración, y no son pocos los existentes, consiste en el tema relacionado con el turismo de “borrachera”. Este es promovido para un turista joven en origen y también en las mismas islas, donde por unos 500 euros puedes beber hasta perder el conocimiento, comer y visitar discotecas donde la droga está asegurada por los traficantes de la zona. Estos jóvenes turistas no aportan demasiado, hablando económicamente, a las islas pues detrás de los paquetes ofertados por las cadenas hoteleras, las cuales se llevan todo el dinero, la Administración debe afrontar la limpieza de las calles ensuciadas tras las fiestas. No olvidemos que ésta misma debe subsanar el mobiliario destrozado por personas ebrias. También supone un problema para la Administración, e incluso para el Estado, el tener que atender a tantos heridos todos los días y todas las noches debido a peleas, cortes, comas etílicos, y en el peor de los casos las muertes de decenas de turistas al realizar el muy conocido “balconing”.

La Administración frente a tantos problemas toma las medidas oportunas para no hacer caer las Islas Baleares como lugar referente de turismo como ha venido siendo desde hace décadas. Pero frente a tantos contratiempos que sufre la misma se podría decir que tarde o temprano puede morir a manos de su gran éxito como se supo labrar años atrás ofreciendo un turismo a buenos precios, una calidad aceptable y un ambiente paradisiaco a pocas horas desde diferentes puntos de Europa.

Como ya quedó patentes años atrás en los noticieros nacionales, se puede decir que los ciudadanos de las Islas Baleares, como advertimos líneas atrás, están cansados de este turismo joven y todo lo que ello ocasiona en su día a día a la tranquila convivencia que siempre caracterizó esta zona de España.

Uno de los problemas que afectan a la población local es la falta de un sueño de calidad. Ruidos generados durante el día acumulándose estos con los de la noche, hasta altas horas de la madrugada. Un flujo masificado de personas por las calles y

automóviles de todo tipo sin respetar los niveles de decibelios emitidos por éstos. Esto provoca cansancio constante en la población autóctona que vive y trabaja allí durante toda la temporada de verano. Todo esto ha llevado a manifestaciones, pintadas contra los turistas y colgada de carteles por un turismo controlado y de calidad. Lo mismo ocurrió en Barcelona y todos sabemos las consecuencias generadas.

La Administración tiene ante sí otro problema, el cual es difícil de atajar, y es el de los alquileres. El turismo descontrolado, legalizado y focalizado ha degenerado en alquileres de viviendas para estancias muy cortas donde los turistas pasan varios días de fiesta sin importar quién viva allí, alterándose la convivencia entre vecinos o la relación turista-habitante autóctono.

Estas viviendas, por lo general, ya no quedan disponibles para la juventud de las Islas Baleares que desea emanciparse y las disponibles se muestran con unos precios desorbitados para cualquier salario de un trabajador medio. Por lo general se están pagando precios antes impensables por tan sólo una habitación; la mitad del salario suele ir destinada a una habitación, aunque hay situaciones aún más deleznable como está ocurriendo en Ibiza. En esta isla, por sus características, posee menos viviendas construidas y esto genera que se estén alquilando un simple sofá, el cual será turnado entre la noche y el día por trabajadores. La imagen del éxito aquí se desvanece por completo cuando personas de la península o de la misma isla consiguen un trabajo pero no tienen donde vivir, perdiendo a su vez esta oportunidad laboral.

Por todos estos hechos la Administración no recibe nada porque los alquileres son ilegales, no existen documentos, y en el caso de que existan, muchos no depositan las fianzas en el Instituto Balear de la Vivienda. Esto imposibilita un control de qué y cuánto se está alquilando en las islas.

No olvidemos la venta de pisos o casas tanto en ciudades como pueblos de montaña. Viviendas relegadas al uso estacional mientras la población autóctona se ve imposibilitada de las mismas debido a la constante subida de precios. El poder adquisitivo de personas naturales del Reino Unido o Alemania dista mucho de un

trabajador en las Islas Baleares, imposibilitando a los últimos poder comprar un pequeño hogar.

Venir a las Islas Baleares, en concreto Palma de Mallorca, es sinónimo de cicloturismo. Cada ciudad o pueblo costero tiene sus locales para alquilar bicicletas o patinetes eléctricos para uso y disfrute de todo aquel que lo desee. Hasta aquí todo queda dentro de la normalidad, no obstante la realidad presente es otra.

Carriles verde para bicicletas masificados poniendo a su vez la vida de los viandantes de alrededor en peligro constantemente. Abandono de bicicletas en cualquier parte ocasionando gastos a los negocios es otra de sus variantes. Variantes relacionadas al cicloturismo podemos encontrar varias que afectan a la Administración, y una es la seguridad vial en las carreteras de las islas donde no están adaptadas para tantas bicicletas circulando a la misma vez e incluso sin cumplir por parte de éstos las normas viales. Cada día supone un reto para la población ir con el coche por las carreteras nacionales donde se encuentran a todas horas turistas realizando desplazamientos en bicicleta.

La adaptación de tantos kilómetros de carretera para garantizar la seguridad de los ciclistas y conductores que por ellas circulan no parece ser algo viable económicamente, más cuando España pasa por un momento no muy boyante a la hora de reparar su infraestructura.

Las Islas Baleares necesitan ejercer un fuerte control sobre su turismo si no quiere ser devoradas por éste. Perderá sus zonas naturales, lugares públicos y playas paradisiacas si continúa con el modelo de turismo irresponsable que impera en todas las islas de la zona. Las grandes corporaciones hoteleras de las islas, hasta el momento, no tienen la voluntad de girar el rumbo frente a lo que se avecina.

Las soluciones más efectivas para reducir la saturación turística son la promoción del turismo sostenible y la promoción del turismo de temporada baja. Estos dos problemas son considerados como objetivos para el Govern de las Islas Balears para conseguir reducir la saturación turística y aumentar la calidad de estos turistas.

Se está intentando reducir la estacionalidad del turismo de las Illes Balears potenciando el turismo sostenible. Así se conseguiría un turismo preocupado por el territorio y medioambiente, y de más calidad. Para conseguir un turismo sostenible y mejorar las infraestructuras de las Illes Balears, el gobierno actual puso en marcha en el 2016 el impuesto sobre estancias turísticas, conocido como *Ecotasa*. Ante la polémica creada por este nuevo impuesto, es importante conocer la percepción real sobre este impuesto por parte de los residentes, y así descubrir si el precio actual de la ecotasa está bien, y si los proyectos financiados por los ingresos de este impuesto son los adecuados.

Los residentes que no alquilan a turistas creen que limitar las viviendas turísticas con mayores restricciones legales, limitar el número de vuelos en el aeropuerto y limitar el número de cruceros son soluciones a considerar, ya que tienen entre un 35% y 43% de respuestas. Estos porcentajes se reducen entre los residentes que si alquilan a turistas, ya que para ellos limitar la entrada de turistas a la isla y restringir las viviendas vacacionales les afecta directamente a sus rentas.

Para concluir, podemos afirmar que el aumento del turismo en las Islas Balears tiene aspectos positivos, como el aumento de la oferta de trabajo durante los meses de verano, y aspectos negativos, como la saturación o la degradación del territorio

Bibliografía

1. García, M. (2000). Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes [archivo PDF]. Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de <http://www.ambientalex.info/revistas/201aug131148.pdf>
2. Gómez, C., & Palafox, A. (2014). Innovación turística para el desarrollo [archivo PDF]. Recuperado el 13 de Abril de 2017, de https://www.ucm.es/data/cont/docs/539-2015-03-14_2014_Publicaci%C3%B3n%20ACTAS%20AMIT_Chiapas_SELECCIONADO.pdf
3. Magra, A. (11 de Febrero de 2017). El arrendamiento vacacional se dispara un 40% y abarrotará otra vez la isla. Diario de Mallorca. Recuperado el 19 de Febrero

de 2017, de http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2017/02/10/arrendamiento-vacacional-dispara-40-abarrota/1188456.html?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter

4. Martínez, M. (2006). Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión [archivo PDF]. Alicante: Editorial Marfil, pág. 46. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20331/1/Elaboraci%C3%B3n,%20an%C3%A1lisis%20e%20interpretaci%C3%B3n.pdf>

**СЕКЦИЯ 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОДГОТОВКЕ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ**

**АКТУАЛЬНОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ «МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ»
ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 43.03.02 «ТУРИЗМ»**

***БУДЫКА В.С.,
ст. преподаватель,
кафедра высшей математики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время основы развития образования в Донецкой Народной Республике предполагают превращение образования в действенный фактор развития общества. Создание условий для развития личности, профессионального роста и физического совершенствования, реализации творческого потенциала является высшей ценностью государства.

Подготовка управленческих кадров, владеющих современными управленческими компетенциями и технологиями, способных решать стратегические задачи в экономической сфере, мотивированных на постоянное совершенствование собственных знаний, умений и навыков, необходимых для достижения и сохранения высокого качества профессиональной деятельности, имеет особое значение в условиях современных вызовов [1].

Профессиональный уровень менеджера туристического бизнеса во многом зависит от того, освоил ли он современный математический аппарат и умеет ли использовать его при анализе сложных экономических процессов и принятии решений. Поэтому в подготовке менеджеров в сфере туризма

изучение экономико-математических методов принятия управленческих решений занимает значительное место.

Математическая подготовка специалистов в области туризма имеет свои особенности, связанные со спецификой задач принятия управленческих решений, а также с большим разнообразием подходов к их решению. Задачи теоретической и прикладной экономики очень разнообразны. Так, при решении многих из них студенту необходимо изучить экономико-математическое моделирование и теорию оптимизаций, которые представлены математическими методами исследования операций и эконометрическими методами.

Актуальность «Математических методов» определена тем, что изучаемый материал имеет прикладное значение в образовании будущих специалистов в области туризма.

Цель освоения данной дисциплины – на базе современных подходов к теории и практике добиться всестороннего и широкого понимания студентами методологии применения оптимизационных и эконометрических методов в теоретическом и практическом анализе экономических процессов.

К планируемым результатам изучения дисциплины относятся:

- знание студентами методов эконометрического анализа;
- овладение студентами навыками использования методов линейной и нелинейной оптимизации для решения задач в сфере принятия управленческих решений в области туризма;
- совершенствование логического и аналитического мышления студентов для развития умения: понимания, анализа, сравнения, оценивания, выбора, применения, решения, интерпретирования, аргументирования, объяснения, представления, совершенствования и т.д.

Курс «Математические методы» опирается на математические знания студентов, полученные ими в школе и при изучении дисциплины «Высшая математика».

Немаловажную роль занимает самостоятельная работа студентов. Для закрепления полученных знаний при изучении дисциплины «Математические методы» предлагается индивидуальная работа, которая состоит из пяти заданий.

Задание 1. Мастерская имеет возможность производить от 15 до 40 штук халатов двух видов за смену. Затраты краски на один халат первого вида составляют 1 грамм, второго вида – 6 грамм. Запасы краски за смену равны 150 грамм. Время изготовления одного халата первого и второго вида составляет 48 и 16 минут соответственно. За смену работники имеют 1440 минут рабочего времени. Необходимо найти максимальную прибыль мастерской за смену от производства халатов, если прибыль от реализации изделия первого вида равна 30 рублей, второго – 60 рублей. Для этого необходимо построить экономико-математическую модель поставленной задачи и решить ее графически.

Задание 2. Для ресторанов четырех гостиниц сети «Star» необходимы яблоки. В данном районе расположены три овощебазы. В каждую из гостиниц яблоки могут завозиться с любой базы. Потребности ресторанов, запасы фруктов на базах и стоимость перевозки приведены в таблице 1.

Таблица 1

Запасы яблок, кг	Потребность в яблоках, кг			
	160	120	190	190
230	7	5	4	5
220	2	3	4	5
210	6	8	2	7

Составить такой план перевозок фруктов, при котором общая стоимость перевозок минимальна.

Задание 3. Задана матрица временных затрат каждого кандидата на должность хаускипера на выполнение каждой из работ в гостинице (табл.2.).

Таблица 2

Номера кандидатов	Номера работ					
	1	2	3	4	5	6
1	17	9	1	15	1	9
2	4	14	11	11	4	12
3	3	17	18	16	9	16
4	4	17	10	12	16	14
5	2	5	18	8	18	5
6	7	17	0	8	8	17

Требуется распределить хаускиперов таким образом, чтобы минимизировать временные затраты на выполнение всех работ при условии, что каждый из кандидатов получит одну и только одну работу. Решить задачу венгерским методом.

Задание 4. Необходимо распределить 100 млн. рублей между четырьмя гостиницами так, чтобы получить максимальную прибыль. Данные о прибыли от вложения части капитала в каждую гостиницу приведены в таблице 3.

Таблица 3

В1	Прибыль гостиницы			
	1	2	3	4
0	0	0	0	0
10	4	5	3	2
20	7	9	4	4
30	8	10	5	6
40	10	10	8	10
50	14	10	11	10
60	15	13	13	14
70	17	16	15	18
80	20	16	18	21
90	20	19	21	21
100	21	21	22	23

Задание 5. Основываясь на статистических данных о прибыли туристической фирмы y (млн. руб.) за 15 лет (табл.4):

Таблица 4

x	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
y	5,8	6,1	5,6	5,9	6,3	6,8	6,7	7,1	7,4	8,2	7,5	7,9	8,4	8,6	9,4

1. Построить диаграмму рассеивания и сформулировать гипотезу о форме зависимости и виде уравнения регрессии.
2. Построить модель линейной парной регрессии. Вычислить прогнозируемую прибыль на шестнадцатый год работы фирмы.
3. Оценить тесноту связи прибыли и количества лет работы с помощью коэффициентов корреляции, детерминации и эластичность, сделать выводы.
4. Рассчитать точечный прогноз и найти интервальные оценки прогноза прибыли на следующий год для уровня значимости $\alpha = 0,05$. Сделать вывод.

Выводы. Таким образом, дисциплина «Математические методы» знакомит студентов с основными проблемами экономики и управления. Учит их применять математические методы и модели для получения оптимальных решений.

Список литературы

1. Жуков Е.А. Концептуальные основы эффективной социально-экономической политики государства // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. № 1 (25). С. 136–140.

АДАПТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ И ИХ РОЛЬ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

ВОЛКОВА Е.А.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современном компьютеризованном мире постоянно растет спрос на дистанционное и онлайн обучение. Появляются или модернизируются образовательные технологии, которые позволяют обучающемуся самостоятельно выбирать удобное время для занятий, изучать информацию, адаптированную под его потребности, и не замедлять темп обучения, останавливаясь на уже знакомом материале. Сложная демографическая обстановка, политическая нестабильность, снижение качества среднего образования требуют новых подходов к преподаванию в образовательных учреждениях высшего профессионального образования.

Разноуровневое обучение, личностно-ориентированное обучение, персонализированное обучение - все эти технологии имеют много общего. Учитывая совершенно различные уровни владения иностранным языком у обучающихся в одной группе (а создать группы с одним уровнем владения иностранным языком в настоящее время не представляется возможным), вероятно, самым оптимальным будет использование адаптивной методики обучения. Образовательные технологии, известные как адаптивные системы, позволяют подходить к процессу изучения учебной дисциплины или иного другого материала индивидуализировано, делают акцент на формировании практических навыков и умений.

Адаптивные технологии не противостоят традиционным методикам, они могут объединять офлайн и онлайн обучение. Наряду с использованием обычных учебников и учебных материалов применяются информационные технологии для контроля процесса освоения каждым обучающимся необходимой информации.

Как возникла эта методика обучения?

В середине 30х годов известный ученый, основатель теории радикального бихевиоризма, преподаватель Гарвардского университета Б.Ф. Скиннер предположил, что личные события, включая мысли и чувства, контролируются теми же переменными, что и наблюдаемое поведение.

Он создал механический аппарат, прототип современного компьютера, в котором были заложены вопросы для студентов. При работе такого приспособления студент, отвечая правильно на вопрос, мог продвигаться дальше в изучении материала, а отвечая неправильно, был вынужден повторно изучить материал, чтобы дать правильный ответ и продвинуться дальше. Применение такой «обучающей машины» приобрело популярность в 70-е годы, однако, только в конце 2000-х эта идея обрела новую форму и стала развиваться, приобретая название «адаптивное обучение».

С развитием программированного обучения стало возможным подавать материал для изучения так, чтобы огромный объем информации распределялся поэтапно, опираясь на базовые знания обучающегося, темп его работы, индивидуальные особенности развития. Для успешной работы по этой системе необходимы программы, учитывающие алгоритмы прогресса каждого обучающегося, чтобы преподаватель вовремя мог оказать помощь, создать индивидуальную карту заданий. Программа в состоянии адаптировать для обучающегося контент в любой области, детально анализировать степень усвоения материала, но индивидуальную стратегию обучения каждого студента, формат информации и уровень сложности определяет преподаватель. В начале обучения преподаватель задает тему для изучения (как офлайн, так и

онлайн), дает задания, в дальнейшем программа соединяется с сервером и обновляет контент. Преподавателю доступна информация о процессе изучения материала, о допущенных ошибках, о времени, затраченном на изучение того или иного раздела.

Самым активным пользователем этой системы стала компания Knewton, чей девиз звучит так: «Knewton - это сервис, который учитывает в образовании все - даже настроение ученика». Основатель компании Хосе Феррейра написал в одном из своих постов: «В апреле 2013 года я написал пост, в котором предсказывал, что в течение нескольких ближайших лет все учебные материалы станут цифровыми и адаптивными. Knewton сыграл не последнюю роль в этой революции. Мы хотим создать мир, в котором каждое обучающее приложение априори является адаптивным. Но это не так-то просто. На рынке сегодня много приложений, у которых есть богатый образовательный опыт, красивые интерфейсы, интересное содержание и продуманная методика. Но существенным недостатком многих из этих приложений является неумение адаптироваться под знания ученика».

Алгоритмами сервиса Knewton пользуются крупнейшие университеты США. Knewton совместно с обучающей компанией Pearson осуществляет проект My Lab & Mastering series, вместе с многонациональными Microsoft и Cambridge University Press издают цифровые продукты, европейская компания Sanoma Learning, голландское издательство Malmberg и многие другие пользуются продуктами этого сервиса в обучающих целях.

Возможно, адаптивные технологии найдут свою платформу и у нас в государстве, так как даже при отсутствии необходимого оборудования в аудиториях у всех есть современные гаджеты, мобильные телефоны дома.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛЕКЦИОННОГО ПРОЦЕССА

ВЫСОЦКАЯ Е.Ю.,

преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Обеспечение качества образования, в том числе управленческих кадров, является приоритетным заданием общества. Одним из направлений модернизации образования является его информатизация, внедрение новейших методов, форм и средств преподавания, которые соответствуют требованиям и возможностям современности.

Цели исследования — показать возможности инновационных образовательных технологий при подготовке управленческих кадров.

Изложение материалов основного исследования. Становление демократического, правового, социального государства, развитие гражданского и информационного общества требуют высокого уровня компетентности, профессионализма, творчества и управленческой культуры у управленческих кадров. Поэтому эффективное обеспечение социально-экономических реформ государственного управления в значительной степени зависит от кадров, профессионально и мировоззренчески подготовленных к активной профессиональной, компетентной и инновационной деятельности в новых условиях: демократии, экономической и политической конкуренции, глобализации.

Необходимым условием эффективного государственного управления является достаточный уровень образования управленческих кадров,

достижение которого является стратегическим приоритетом государства и требует инновационного характера и научно-методического обеспечения.

Образование для управленческих кадров на современном этапе это реформирование, поиск новых путей приведения содержания в соответствие с личностными запросами и мировыми стандартами. Новые реалии выдвигают новые требования к качеству образования, в частности к универсальности подготовки управленческих кадров, повышению их правовой и общей культуры, а также адаптации к социальным условиям, личностной ориентированности учебного процесса, его информатизации, определяющей важность образования в обеспечении развития государственной службы.

Качественная подготовка квалифицированных управленческих кадров требует творческого подхода преподавателей в выборе содержания, форм, методов и средств обучения, максимального использования достижений современной науки, инновационных технологий.

Так, лекция как традиционная форма преподавания в высшем учебном заведении остается основным средством донесения информации. Несмотря на объективные недостатки традиционной лекции такие, как: пассивность слушателей, слабая обратная связь, однообразная форма преподавания и т.д., такая форма организации учебного процесса обеспечивает создание у студентов необходимой теоретической базы по учебной дисциплине. За счет эмоционального воздействия преподавателя, его методической проработки учебного материала, построения междисциплинарных связей, актуализации учебной и научной информации происходит формирование системного и взаимосвязанного знания студентов.

Современные мультимедийные средства позволяют преодолеть недостатки традиционной лекции, усилить ее возможности, повысить результативность. За счет организации комплексного воздействия на различные органы чувств, сочетая в себе звук, видео, графику, текст и анимацию, лекция приобретает большую производительность.

По данным ЮНЕСКО, при прослушивании информации, человек запоминает 15% речевой информации, при просмотре – 25% видимой информации, при одновременном просмотре и прослушивании – 65% полученной информации. Соответственно, информация, которая воспринимается зрительно, по данным психологических исследований, является более осмысленной и лучше сохраняется в памяти.

В процессе преподавания основным источником информации является речь преподавателя, которая влияет на слуховые анализаторы, мультимедийные технологии в свою очередь расширяют арсенал зрительных и слуховых средств представления информации.

Однако, при использовании мультимедийных технологий, как и любых других, в лекционном процессе необходимо придерживаться определенных правил. Во-первых, использование мультимедийных средств в лекции по принципу «чем больше – тем лучше» не может привести к реальной эффективности в системе обучения. Нужен взвешенный и четко аргументированный подход. Во-вторых, важно выделить принципы построения лекции, методы лекционных презентаций по содержанию и применению методов в зависимости от стиля преподавания и особенности студенческой аудитории.

Соответственно, для достижения целей использования мультимедийных технологий в образовательном процессе, можно выделить следующие принципы построения лекционных презентаций:

1. принцип логичности – утверждение должно дополняться изображениями;
2. принцип системности – связь элементов презентации и лекции, соблюдение общей структуры, которое дает удобство демонстрации и запоминания;

3. принцип лаконичности – презентация не должна содержать лишние элементы, а информация, которая отображается, должна быть четкой, логичной, короткой и удобной для восприятия;

4. принцип экономичности имеет целью достижение наибольшего результата при наименьших затратах времени и усилий как преподавателя, так и студентов;

5. принцип соответствия – содержание и оформление слайдов должно соответствовать аудитории студентов и слушателей, учитывать их особенности.

Также можно выделить несколько подходов к применению лекционных презентаций, которые определяют их содержание: 1. Визуальное сопровождение лекций: в таком случае основной акцент делается на устной речи преподавателя, слайды иллюстрируют, дополняют, сопровождают теоретический материал. 2. Как главный элемент донесения учебной информации: в таком случае лектор работает непосредственно с каждым слайдом, объясняя и расширяя изображенную информацию.

Применение каждого из методов зависит как от личности лектора (стиля преподавания), так и особенности аудитории студентов (слушателей).

Для студентов дневной формы обучения более рациональным является первый подход. Учитывая, что аудитория в основной массе настроена на пассивное получение знаний, соответственно и презентация должна основываться на следующих правилах: каждому утверждению – свой слайд; количество текста на слайде ограничено; материал четко структурирован; использование «развлекательной» информации только в начале или конце лекции.

Особенность студентов заочного обучения заключается в том, что они воспринимают новые знания сквозь призму опыта практической работы. В зависимости от количества аудиторных занятий и сложности теоретического материала может быть применен комбинированный подход (первый и второй варианты использования презентаций). Построение презентаций для данной

категории слушателей возможно по следующим правилам: должен присутствовать системообразующий элемент; информация подается концентрированно, на слайдах отражены наиболее значимые или сложные положения дисциплины.

Отличается аудитория слушателей программ дополнительного профессионального обучения или второго образования. Как правило, в такой аудитории присутствует жесткая установка к изучению дисциплины, преемственность и системность получения знаний. Презентации можно использовать как конспект лекций по дисциплине. Для повышения результативности аудиторных занятий можно воспользоваться следующими правилами: обязательно наличие раздаточного материала, при этом раздаточный и презентационный материал одинаковые по содержанию.

Выводы. Визуализация лекционного материала должна быть органической частью познавательной деятельности студента и профессиональной деятельности преподавателя. Для повышения доступности материала, а также формирования компетентных специалистов необходимо использовать все доступные современные средства обучения и применять их дифференцированно, согласно целям дисциплины, профессиональной подготовке преподавателя и особенностям аудитории слушателей.

Таким образом, применение в образовательном процессе инновационных технологий, в том числе мультимедийных средств, способствует совершенствованию подготовки управленческих кадров, что положительно сказывается на качестве усвояемости знаний, уровне образования и как следствие способствует повышению уровня их профессионализма, обеспечению эффективной, результативной и качественной управленческой деятельности. Обновление и повышение эффективности образования влияет на трансформацию общества во многих направлениях. С одной стороны, система образования способствует устойчивости общества, обеспечению условий для его стабильного развития, укреплению и воспроизводству структур, которые

уже сложились и являются прогрессивными, а с другой, в ней заложен значительный потенциал для реформирования общества, достижения соответствующего экономического и социального развития.

СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ КЛУБ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

ГАЛЯПА И.М.,
ст. преподаватель,
кафедра туризма, гостиничного и ресторанного дела
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск, ЛНР

Постановка проблемы в общем виде. Современные подходы к подготовке управленческих кадров в индустрии гостеприимства на данный момент претерпевают серьёзных качественных изменений при условии соблюдения образовательных стандартов. На данный момент происходит основательное и разностороннее внедрение новых образовательных технологий, которые позволят сформировать высококвалифицированных специалистов в сфере деятельности. Актуальность исследования обоснована необходимостью внедрения таких технологий в учебный процесс высшей школы для формирования готовности специалистов индустрии гостеприимства отвечать современным требованиям.

Целью исследования является обоснование возможности использования такого формата внеурочной научной работы как студенческий научный клуб для формирования готовности к профессиональной деятельности при подготовке специалистов индустрии гостеприимства на примере реализации кафедрой туризма, гостиничного и ресторанного дела ГОУ ВПО ЛНР

«Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» работы студенческого научного клуба «Инновации и креатив в гостеприимстве».

Изложение материалов основного исследования. На данный момент в психолого-педагогической литературе встречается широкий спектр понятий, которые характеризует способность специалиста выполнять свою профессиональную деятельность. К ним можно отнести термины готовность, компетентность, пригодность, зрелость и многие другие. Однако, по нашему мнению, понятие готовности к профессиональной деятельности наиболее полно отображает как профессиональные, так и личностные характеристики профессионала в конкретной сфере деятельности.

Анализ психолого-педагогической литературы показал, что проблема готовности к различным видам деятельности, определение путей ее формирования является предметом рассмотрения многих исследователей в различных направлениях современной науки.

Готовность это широкое понятие, которое объединяет различные качества специалиста. В научной психолого-педагогической литературе выделяют несколько подходов к определению дефиниции «готовность». Это обусловлено с одной стороны спецификой профессиональной деятельности, которая изучается в конкретном случае, а с другой расхождением научных подходов к исследуемой проблематике.

Изначально готовность исследовалась учеными на психологическом уровне и рассматривалась как установка, психологическое состояние субъекта, благодаря которому происходит определенная деятельность. Позже исследования готовности вышли из поля исключительно психологического изучения и затронули вопросы «готовности к действию». Трактовка данного понятия также как и понятие «готовность» различными авторами рассматривалась в разной степени обобщения и содержания. В общем смысле можно представить готовность к какому-либо действию как желание и возможность выполнить эту деятельность эффективно.

Предварительно сформированная готовность является существенной предпосылкой успешной деятельности. Не вызывает сомнения утверждение, что для успешного анализа сущности, содержания и структуры готовности важно учесть специфику профессиональной деятельности, для которой она должна формироваться, однако изначально необходимо определить базовое определение готовности к профессиональной деятельности.

Проведенный анализ психолого-педагогической литературы наглядно подтверждает высокий интерес ученых к вопросам формирования в высшей школе готовности к профессиональной деятельности, понимание важности этого аспекта подготовки будущих специалистов, широкое освещение вопросов общей структуры готовности, ее основных аспектов, путей формирования.

Готовность к профессиональной деятельности – это формируемая в процессе деятельности и являющаяся результатом профессиональной подготовки система интегративных свойств и качеств личности; знаний, умений и навыков.

Существующая на данный момент система профессиональной подготовки в сфере гостеприимства не полностью обеспечивает надлежащей готовности выпускников к профессиональной деятельности. Будущий специалист, получивший квалификацию бакалавр по специальности 43.03.03 «Гостиничное дело», часто нуждается в долгосрочной адаптации к условиям профессиональной деятельности на конкретном месте. Данная проблема приводит к повышенному вниманию обеспечения качества профессиональной подготовки будущих специалистов индустрии гостеприимства в высшей школе при формировании готовности к профессиональной деятельности в течение всего периода обучения.

Особенно данная проблема касается вопросов формирования готовности к использованию инноваций в работе предприятий ресторанного хозяйства и средств размещения. Хотя именно инновации в современном обществе являются одним из основных двигателей развития любой сферы экономической

деятельности, в том числе индустрии гостеприимства, учебная нагрузка по данному направлению подготовки бакалавриата не предполагает углубленного изучения вопросов инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, что снижает конкурентные преимущества выпускников на рынке труда.

На кафедре туризма, гостиничного и ресторанного дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» успешно функционирует студенческий клуб «Инновации и креатив в гостеприимстве». Деятельность научного практикоориентированного студенческого клуба связана с формированием профессиональных компетенций у студентов, консолидацией теории и практики в вопросах современных инновационных подходов к работе в ресторанном бизнесе и гостиничном хозяйстве, пропагандой знаний и практических навыков реализации инновационных решений в работе предприятий индустрии гостеприимства. Проект направлен на профессиональное, социальное и личностное развитие студентов. Актуальность проекта определяется необходимостью формирования у студентов специальности 43.03.03 «Гостиничное дело» готовности к использованию инноваций индустрии гостеприимства в своей профессиональной деятельности. Основная цель функционирования проекта это формирование у членов клуба профессионально значимых качеств при работе в сфере ресторанного бизнеса и средств размещения, готовности к использованию инноваций ресторанного бизнеса в своей будущей профессиональной деятельности, генерирование креативного мышления при решении задач профессионального характера. Уже успешно апробированы различные методы реализации проекта: проведение открытых и закрытых заседаний клуба, «круглых столов», викторин, деловых игр, мастер-классов, воркшопов, групповых тренингов, коуч-проектов, экскурсий и иных мероприятий; участие членов клуба в научно-практических конференциях по технологической, экономической и управленческой тематике.

За время функционирования студенческого клуба «Инновации и креатив в

гостеприимстве» его участники из числа студентов, обучающихся по специальности 43.03.03 «Гостиничное дело», значительно расширили свои профессиональные знания, закрепили новые умения и навыки, что отмечают работодатели предприятий индустрии гостеприимства Луганской Народной Республики, при прохождении студентами производственных практик. Студенты так же отмечают повышение интереса к профессиональной деятельности в предприятиях индустрии гостеприимства, формирования уверенности в своей подготовленности, научных знаниях и практических навыках.

Выводы. Все вышесказанное подтверждает необходимость дальнейшего функционирования данного студенческого клуба в качестве одного из факторов формирования готовности к профессиональной деятельности будущих специалистов индустрии гостеприимства при обучении в высших учебных заведениях.

CASE-STUDY КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

ГЛОТОВА Е.О.,

студентка бакалавриата,

ГАНИЧ Л.В.,

канд. экон. наук, доцент,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Глобальные изменения в обществе, характеризующиеся ростом требований к специалистам и быстрым развитием высокотехнологичных отраслей производства требуют высокого уровня универсальности кадров. Осуществление подготовки управленческого персонала предполагает постановку целей обучения, позволяющие

сформировать в будущих работниках ядро профессиональной мобильности. Одной из образовательных технологий, позволяющей решать возникающие проблемы, является метод разбора конкретной ситуации – case-study.

Цель исследования. Исходя из вышесказанного, целью статьи является анализ возможностей использования метода case-study во время профессиональной подготовки специалистов.

Изложение материалов основного исследования. Впервые термин «case-study» был использован в начале 20 века. Как метод case-study был применен в учебном процессе в Гарвардской школе бизнеса (Harvard Business School) в 1921 году. Именно в Гарварде были разработаны первые кейсовые ситуации для обучения студентов бизнес-дисциплин. В России метод case-study начал внедряться в 70-е годы в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова. Значительный вклад в разработку и внедрение данного метода внесли Г. А. Брянский, Д. А. Поспелов, О. А. Овсянников, В. С. Рапопорт и др.

Существует множество определений кейса: кейс – описание реальной ситуации; события, реально произошедшие в той или иной сфере деятельности и описанные авторами для того, чтобы спровоцировать дискуссию в учебной аудитории, «сподвигнуть» студентов к обсуждению и анализу ситуации, и принятию решения; кейс – «моментальный снимок реальности», «фотография действительности». Таким образом, case-study – метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (кейсов).

Данный метод не имеет правильного или неправильного решения. Существует только результат, который можно получить в ходе анализа конкретной ситуации и следуя определенному алгоритму. Алгоритм вырабатывается группой учащихся с их тренером, который контролирует ход занятия. Основной целью case-study является формирование модели мышления, позволяющей идентифицировать уже встречавшиеся ситуации и принимать решения с учетом предыдущих успехов и неудач.

В настоящее время кейс-метод занимает лидирующие позиции среди эффективных методов обучения управленческого персонала организации.

В процессе обучения взаимодействуют следующие субъекты (рис. 1):

- тренер (преподаватель) – внутриорганизационный специалист по обучению персонала или привлеченные специалисты;
- обучающиеся (слушатели) – работники организации, проходящие обучение (специалисты, руководители).

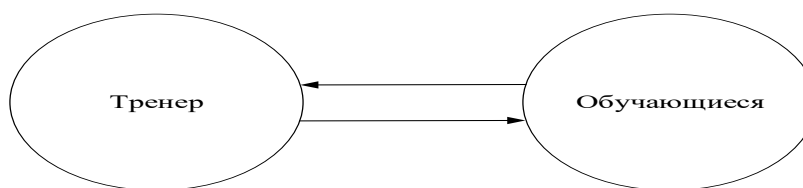


Рис. 1. Субъекты процесса обучения методом case-study

Case-study характеризуется следующими особенностями (рис. 2):

1. Реализуется только при условии исследования и анализа конкретной ситуации.
2. Является методом обучения в группе (коллективе).
3. Способствует формированию различных навыков у обучающихся.
4. Характеризуется эффектами синергии, так как происходит приумножение опыта, знаний, навыков.
5. Представляется в виде проекта, который состоит из процесса разрешения рассматриваемой проблемы на основании кейса, включающего в себя информацию для поиска решений.
6. Стимулирует обучающихся проявлять инициативу, проявлять навыки и таланты, а значит и достигать своих целей. В данном контексте подразумевается, что достижение успеха является движущей силой case-study.



Рис. 2. Технологические особенности кейс-метода

Хороший кейс должен придерживаться следующих правил:

1. Отвечать четко поставленным целям.
2. Соответствовать определенному уровню сложности.
3. Демонстрировать типичные ситуации.
4. Устаревать не в краткосрочный период.
5. Иметь национальный окрас.
6. Быть актуальным на момент изучения проблемы.
7. Стимулировать развитие аналитического мышления.
8. Провоцировать дискуссии при выборе решения.
9. Иметь несколько возможных вариантов решений.

Преимуществом case-study является его сочетаемость с другими методами обучения. На рис. 3 представлены возможности его эффективного использования, интегрируя различные виды методов обучения персонала.

Моделирование	→	Построение модели ситуации
Системный анализ	→	Системное представление и анализ ситуации
Мысленный эксперимент	→	Способ получения знания о ситуации посредством ее мысленного преобразования
Методы описания	→	Создание описания ситуации
Проблемный метод	→	Представление проблемы, лежащей в основе ситуации
Метод классификации	→	Создание упорядоченный перечень свойств, сторон, составляющих ситуации
Игровые методы	→	Представление вариантов поведения героев ситуации
«Мозговая атака»	→	Генерирование идей относительно ситуации
Дискуссия	→	Обмен взглядами по поводу проблемы и путей ее решения

Рис. 3. Интеграция методов обучения персонала

Сущность создания кейса заключается в том, что данный процесс является сложной многоуровневой системой и состоит из таких этапов, как:

1. Формирование дидактических целей. На данном этапе исследуются навыки, умения и знания обучающихся, а также определяются место и роль конкретного кейса в структуре учебного процесса. Методическая цель должна иметь определенную значимость, чтобы вызвать заинтересованность у обучающихся. Поспособствовать этому может конфликт, напряженность либо же драматичность ситуации, благодаря чему станет возможным принятие быстрого и своевременного решения. В качестве методической цели может выступать какая-либо иллюстрация теории или ситуация из практики, а также их сочетание. Помимо этого, в кейсе не должно быть переизбытка терминологии.

2. Построение программной карты кейса. Создается общая структура ситуации. Она формируется из конкретных тезисов, несущих в себе различные данные и детали для решения определенной проблемы. Такая схема состоит из следующих элементов: обозначение действия и действующих лиц, а также их краткое описание; характеристика проблемной ситуации; указание факторов внешней среды.

3. Сбор информации. Для корректного составления тезисов, информация должна обладать такими качествами, как достаточность, достоверность и объективность.

4. Построение модели ситуации. Ситуация должна максимально правильно отражать деятельность системы, которая представлена в кейсе.

5. Выбор жанра кейса. Формирующий кейс преподаватель выбирает его вид.

6. Написание текста кейса. Данный этап разработки кейса требует наибольшей ответственности и внимательности. Необходимо осуществить сбор и анализ всей информации, а также отобразить ее, учитывая цели создания кейса.

7. Диагностика правильности и эффективности кейса. На данном этапе, проводится эксперимент для выявления эффективности кейса.

8. Внедрение кейса в практику обучения персонала.

Выводы. Исходя из вышесказанного, следует отметить, что case-study предоставляет возможность обучающимся практически применить свои профессиональные знания, а также заранее адаптироваться к потенциально возможным ситуациям и в последующие разы решать их наиболее эффективным способом. Обучающиеся могут проявлять инициативу, самостоятельность в принятии решений, а также овладеть практическими навыками. Данный метод способствует формированию интереса к своей профессии, а это в свою очередь формирует мотивацию к обучения.

Список литературы

1. Сурмин Ю. П. Ситуационный анализ или Анатомия кейс-метода / Ю. П. Сурмин, А. И. Сидоренко. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.
2. Покушалова Л. В. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения / Л. В. Покушалова // Молодой ученый. – 2011. – №5., Т. 2 – С. 155-157
3. Чуланова О. В. Современные технологии кадрового менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studref.com/>

ИННОВАЦИОННЫЕ И АКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

ГУЛАКОВА М.Г.,

ст. преподаватель,

кафедра высшей математики

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность выбранной темы заключается в том, что на сегодняшний день работодатели стали определять требования к подготовке студентов наравне с государством и обществом. Выпускники вузов должны практически сразу осуществлять свою деятельность на высоком профессиональном уровне, не просто обладать широким набором знаний, умений и навыков, а быть квалифицированным специалистом. В числе важнейших направлений обучения дипломированного специалиста, бакалавра, магистра – математическое образование.

Цель исследования заключается в улучшение профессиональной подготовки студентов, более эффективных путей организации учебно-воспитательного процесса, совершенствования структуры и содержания математической подготовки, ее технического уровня.

Изложение материалов основного исследования. Все участники образовательного процесса заинтересованы в качественной подготовке специалиста в минимальные сроки и с минимальными затратами.

Такая постановка вопроса имеет внутренние противоречия, связанные, главным образом, с необходимостью обеспечить качество подготовки студентов. Решить эту проблему помогает внедрение инновационных и активных методов преподавания [1].

Активными методами обучения называют такие методы, которые побуждают к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения учебным материалом. Они предполагают погрузиться обучающимся в контролируемое общение, включиться в реальные события [2].

К особенностям использования активных методов обучения относят следующие: диалогическое взаимодействие; наличие обратной связи; работа в малых динамических группах на основе кооперации и сотрудничества; активно-ролевая (игровая) деятельность; проблемность; взаимодействие обучающихся между собой.

Активная модель обучения предусматривает существенное изменение роли преподавателя в учебном процессе – из источника знаний и информации преподаватель превращается в помощника и консультанта, организатора и координатора занятий.

Изучение математических дисциплин имеет свои особенности, связанные, прежде всего, с тем, что содержание предмета усваивается в большей степени через решение задач, показ применения теоретических знаний и взаимосвязей между ними на практике.

Из многообразия инновационных форм и методов обучения, выделим те, которые наиболее полно учитывают специфику предмета и могут успешно применяться при изучении математики в вузе:

- интерактивная лекция (проблемная лекция, лекция с запланированными ошибками, лекция вдвоем, лекция-визуализация, лекция-диалог);
- диалоговая форма обучения (предполагает разработку целенаправленной системы вопросов, поиск ответов на которые служит основой для включения студентов в дискуссию, в самостоятельный поиск необходимой информации);
- групповая форма работы (парами, фронтальная, групповая, индивидуальная, микрогруппы);

- лабораторная работа (студенты под руководством преподавателя и по заранее намеченному плану выполняют определенные практические задания);
- дискуссия (публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какой-либо проблемы);
- метод «мозгового штурма» (участники обсуждения высказывают большое количество вариантов решения той или иной задачи).

В зависимости от изучаемого содержания могут использоваться также метод «круглого стола», конкурсы практических работ с их обсуждением, тренинги, кейс–метод (разбор конкретных производственных ситуаций), моделирование производственных процессов или ситуаций, обсуждение специальных видеозаписей, включая запись собственных действий, методы с использованием компьютерной техники и т. д. [3].

Подводя итог, можно отметить, что эффективность применения инновационных методов преподавания математических дисциплин очевидна.

Данные методы способствуют повышению уровня усвоения знаний, учат студентов творчески мыслить, применять теорию на практике, развивают самостоятельность мышления, умение принимать оптимальные в условиях определенной ситуации решения.

Выводы. Как показывает практика, использование инновационных методов в профессионально ориентированном обучении является необходимым условием для подготовки высококвалифицированных специалистов. Использование разнообразных методов и приемов активного обучения пробуждает у студентов интерес к учебно-познавательной деятельности, что позволяет создать атмосферу мотивированного, творческого обучения и одновременно решать целый комплекс учебных, воспитательных, развивающих задач.

Список литературы

1. Чуб Е.В. Компетентностный подход в образовании // Инновации в образовании. - 2013. - № 3. - с. 21 – 26.
2. Темербекова А.А., Методика преподавания математики; Книга по Требованию - Москва, 2010. с – 176.
3. Зеленина Н. А. Интерактивные формы и методы обучения математике студентов высших учебных заведений // [Электронный ресурс] Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2014/64209.htm>.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ СТУДЕНТАМ НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

ЗАХАРОВ Р.В.,

преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Овладение иноязычной коммуникацией в условиях современных тенденций преподавания иностранных языков в высших учебных заведениях имеет определенные проблемы. Прежде всего они обусловлены количеством часов, установленных учебным планом в вузах. Например, в большинстве высших учебных заведений Донецкой Народной Республики на профессионально-ориентированный иностранный язык предусмотрено 2-3 академических часа в неделю, что является крайне недостаточным для достижения определенного уровня владения иностранным

языком. Отдельной проблемой в обучении иностранным языкам является отсутствие возможности разделять обучающихся на подгруппы согласно их уровню владения иностранным языком. Это очень усложняет процесс обучения иностранным языкам студентов неязыковых специальностей. Ведь рациональное распределение студентов по уровню их подготовки будет способствовать повышению эффективности работы на занятиях. Кроме того, возникает проблема отсутствия учебной литературы по профессионально-ориентированному иностранному языку для студентов неязыковых специальностей, а именно для таких специальностей как «Социология», «Социальная работа», «Юриспруденция» и других.

Согласно новым методам обучения иностранным языкам в высших учебных заведениях при условии необходимости выбора учебной литературы предпочтение отдается аутентичным учебникам британских издательств. Поскольку отрасль книгоиздания в Великобритании имеет давние традиции поэтому и качество британских учебников очень высокое. Аутентичные учебные пособия очень разнообразны по стилю и тематике, работа над ними вызывает интерес у студентов. Аутентичный материал является оптимальным способом обучения культуре страны, язык которой изучается. Использование на занятиях аутентичного материала моделирует студентам ситуацию в повседневной жизни страны изучаемого языка с её культурой, проблемами и традициями.

Однако среди главных недостатков, существующих в современной учебной литературе зарубежных издательств можно выделить отсутствие достаточного количества грамматических упражнений с использованием профессионально-ориентированной лексики. Из-за этого в современных условиях важной задачей преподавателей иностранных языков в высших учебных заведениях является разработка и внедрение в учебный процесс эффективного научно-методического обеспечения, что является способом качественной подготовки специалистов.

Таким образом необходимо подчеркнуть, что обучение оригинальному иностранному языку возможно лишь при использовании материалов взятых из жизни носителей языка или составленных с учетом особенностей иностранной культуры и менталитета в соответствии с принятыми языковыми нормами [5, с. 87].

Следующей актуальной проблемой является отсутствие возможности коммуникации с носителем языка. Личный педагогический опыт подтверждает важность предоставления практики общения студентов с настоящим носителем языка, ознакомление студентов с реалиями, традициями и обычаями англоязычных стран. Как показывает практика, проведение практических занятий с носителем языка (по крайней мере 2 академических часа в месяц) существенно влияет на достижение позитивных результатов в обучении студентов иностранному языку. Благодаря практики общения с носителем языка у студентов постепенно пропадает языковой барьер и приобретаются навыки иноязычного общения.

По мнению Кучмы Т.В. обучение иностранному языку должно иметь прагматическую ценность и предусматривать обучение всем видам языковой деятельности с целью решения задач профессиональной направленности. [3].

Неотъемлемой частью в преподавании профессионально-ориентированного иностранного языка является использование коммуникационно-информационных технологий, а именно: интернет, видео, аудио, компьютерной техники, мультимедийных приспособлений и так далее.

Тесная коммуникация с европейскими странами, интернационализация деловых отношений повышает спрос на выпускников высших учебных заведений, которые владеют иностранным языком и культурой иноязычного общения. Владение иностранным языком для будущего специалиста - это та природная база, которая даёт ему возможность быть равноправным партнером в сотрудничестве. Иностранный язык сегодня не является просто частью культуры определенного народа, это залог успеха будущей успешной карьеры

студента. Достижение высокого уровня владения иностранным языком невозможно без фундаментальной языковой подготовке в высшей школе [6, с. 156].

Суммируя вышеупомянутое можно утверждать, про существование ряда проблем в системе преподавания иностранных языков профессиональной направленности студентам неязыковых специальностей в высших учебных заведениях, которые в большей степени связаны с недостаточным количеством аудиторных занятий, установленных учебным планом в вузах, отсутствием учебной литературы по профессионально-ориентированному иностранному языку, содержащей достаточное количество упражнений, охватывающих все аспекты изучения иноязычной коммуникации, ограниченной возможностью использования современных мультимедийных приспособлений, отсутствием практики систематической коммуникации с носителем языка и так далее.

Следовательно, объединение инновационных методов обучения с использованием коммуникационно-информационных технологий, Интернет-ресурсов позволяет реализовать индивидуальный подход интенсификацию процесса обучения. С целью успешного освоения профессионально-ориентированного иностранного языка, а также использования его на практике будущими специалистами необходимой становится активизация системно-структурного принципа преподавания грамматики в сочетании с коммуникативным подходом. Важно подчеркнуть, поскольку одной из особенностей обучения иностранному языку в высшем неязыковом учебном заведении является реализация принципов профессионально-ориентированного подхода к обучению, современное научно-методическое обеспечение учебного процесса предусматривает создание принципиально новых методических рекомендаций и учебных пособий. Кроме того, для решения определенных актуальных проблем преподавания профессионально-ориентированного иностранного языка в высших учебных заведениях рекомендуется использование инновационных методов обучения, объединение теории и

практики, а также использование современных информационных технологий в процессе преподавания иностранных языков для студентов неязыковых специальностей.

Список литературы

1. Клевцова Н.И. Учебный потенциал мультимедийных технологий в обучении иностранным языкам // Информационные технологии в процессе подготовки современного специалиста: межвузовский сборник. — Липецк: ЛГЛУ, 2001. —(Вып.4) —Том1. —С. 96-107
2. Кучма Т.В. Обучение говорению в неязыковом вузе на основе использования мотивов профессионального общения. Авторефер. дис...канд. филол. наук. М., 1991.
3. Ніколаєва С.Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах: підручник для студентів вищих навчальних закладів.—К.: Ленвіт, 2002.-328с.
4. Олькерс Ю., Полат Е.С. Метод проектов. / Ю. Олькерс, Е.С. Полат [Научно-метод. сборн.]—Вып.2. —Мн. : РИВШ БГУ, 2003.-240с.

ADVANTAGES AND OPPORTUNITIES OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES

***ILCHENKO L.G.,
SEI HPE “Donetsk Academy of Management and Public Service
under the Head of the Donetsk People's Republic”
Donetsk, the DPR***

As the research shows, in order to be commensurate with time, education should be innovative by character, able to overtake it by a number of indices, to get ahead of the challenges that the society will put in front of the personality in a few years.

There is an urgent necessity to apply constant innovations in activities of educational and pedagogical institutions, in educational and pedagogical process,

otherwise innovativeness of education development will lose relationship with life and its creative potential and turn into a routine, unnecessary either for the society or for the individual. Life requires intensification of search, experimentation, introduction of new technologies and the latest methods of teaching.

The change in the requirements for students' level of the English language proficiency at non-linguistic higher institutes of education has resulted in the review of the purpose in teaching foreign languages, and this has caused changes in programmes, complex and methodological support, forms and methods of teaching. According to the experts on educational policy, we should emphasize the necessity of integrated forming of the English communicative competence in future specialists in the field of reading, speaking, listening and writing to ensure communication in the professional sphere.

The specific weight of each type of speech activity is determined by the need of using it in a certain professional field. The need to form the written professional speaking skills in non - linguistic university students alongside with the oral ones is generated by time. The need to conduct business correspondence, to issue documentation for business communication with foreign partners requires from the teacher that he/she should search for the most effective forms and methods of forming of written professional skills and abilities. After all, the change of the overall goals and requirements for the level of mastering the language has resulted in the change of the requirements for the skills of writing, namely: the student should be able to write a business letter in accordance with its logic-composition structure, issue business documents, compile a written notice, write a report, resume, annotation, etc. It is difficult to overestimate the use of modern computer technology for solving these problems.

The long-term research confirms the fact that computer linguistics allows to unite existing methods of teaching foreign languages through the use of multimedia technologies that can simulate linguistic and communicative reality, as well as to form competencies in listening, speaking, reading, and writing. Therefore, the study

of didactic potential and the development of methods of using of Internet Resources like blog, wiki, podcast, web-quest, chat and e-mail in teaching English in order to form communicative competence in students is an urgent problem.

For example, a blog is a kind of site that is, from time to time, filled with new information, which is presented in chronological order. An educational blog can be created both by a tutor (a tutor blog) and a student (a student blog) or a group of students (a class/group blog). The teacher uses a blog to provide students with additional reading materials; class notes; examples of fulfillment of tasks for individual work; samples of control tests; questions for self-control; lists of references to additional sources of information on the subject of study; methodological recommendations, etc. At the same time, students are encouraged to create personal blogs where they get assignments, for example, to post information about fulfillment of practical tasks twice a week.

The implementation of information technology is a priority direction of reforming the national system of higher education. Carrying out the educational, pedagogical and research functions, this technology can be used at the stage of preparations for lessons or creation of educational and methodical support, both during the educational and pedagogical process and in extracurricular work.

The use of information technology allows to create a fundamentally new educational information sphere, which gives wide opportunities for educational activity, significantly influences the redistribution of roles between its participants, increases motivation, develops independence, provides the individuation and differentiation of the educational process, contributes to the modernization of the traditional education system.

The active use of information technology enables students to get used to work with different sources of information, to process the received data and to use them effectively in further educational or professional activity, that is, to prepare highly qualified and competitive specialists for the modern labour market.

Since the majority of information in the world is represented in English, the problem of high-quality English-language teaching of students at higher institutes of education and the use of information technology in teaching foreign languages will practically help to solve a number of problems associated with the forming of the English professional communication skills.

Thus, computerization of teaching foreign languages creates conditions for effective solution to a number of didactic tasks in the process of forming of the English - language communicative competence:

- extending active and passive vocabulary through the use of electronic dictionaries and encyclopedias;
- forming skills of different kinds of reading on the authentic English-speaking Internet-texts of various complexity;
- improving listening skills based on existing online or created by a teacher and students audio- and video-podcasts;
- improving skills of monologue and dialogic speech in the process of creating podcasts, chat discussions and e-mail communication;
- improving skills of written speech (blog, wiki, e-mail);
- developing skills to acquire knowledge independently, process information in English, which contributes to the development of critical thinking and forming the competence of lifelong learning.

Taking into account all the advantages and opportunities of modern information technology, it is necessary not to forget that the computer, carrying out a number of functions of teaching, still cannot completely replace the teacher of a foreign language. The computer does not need to be opposed to the teacher, but should be used as a means of supporting his/her professional activity.

The implementation of information technology into the educational process in foreign languages requires both qualitative changes in the methodological preparation of future foreign language teachers in order to form readiness to use Internet resources at the lesson, and reviewing the organization forms of educational work,

having been formed today: the significant increase in the volume of independent and group work of students, the increase in the volume of project research and search work. The introduction of online foreign language learning technology (e-learning, online teaching) is perspective.

In modern conditions of informatization of society and pedagogical system the analysis of research on the problem of use of information technology in teaching of students allows to define the main directions for active application of information technology in educational environment:

- enhancement of educational qualities, discovery of new opportunities for students' thinking development, selection of individual ways of obtaining knowledge through work with the computer, implementation of important functions from the use of information technology as a factor of convergence of education with the real world;
- organization of teaching on the basis of a combination of traditional and modern methods of teaching, pedagogical and information technology of education, which is connected with creation of the single educational and information environment;
- development of students' autonomy based on the means of interactive teaching technology and information technology.

Information technology in education is not just a method of teaching, but also a qualitatively new technology in the teaching of competitive specialists, because the foundations of professionalism are laid and the skills of independent professional activity are formed in the period of study at universities.

К ВОПРОСУ О МОТИВАЦИИ И СПОСОБАХ СТИМУЛИРОВАНИЯ ОБУЧЕНИЯ

ИЛЬЯСОВА Н.И.,
преподаватель,
кафедра русского языка и иностранных языков
ГОО ВПО «Донецкая академия внутренних дел МВД ДНР»,
г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Жизнь современного общества сопряжена с прогрессивными процессами во всех сферах деятельности. В связи с этим возрастает объем преподаваемых знаний общеобразовательного и профессионального профилей, а также меняются требования к образованию на всех уровнях. В таких условиях неизменно возникает вопрос о качестве знаний и степени усвоения программного материала студентами вузов. Качество знаний напрямую зависит как от качества предоставляемых образовательных услуг, так и от усилий самих обучающихся. Традиционный тип образовательной системы, предполагая определенную стандартизованность и даже в некотором роде устойчивую монотонность, часто подвергается критике в отношении инертности, пассивности обучающихся. Ослабление интереса к обучению в целом и к материалам отдельных дисциплин в частности приводит педагогов к необходимости искать способы стимулирования обучения, средств мотивации.

Что такое мотив? Мотив в переводе с латинского – «толкать, приводить в движение». Современная наука дает широкое понятие мотива. Это то, что «толкает», стимулирует, подталкивает, побуждает человека к определенному действию, ведущему к удовлетворению различных его потребностей. Одно из наиболее полных определений мотива дает ведущий исследователь данного вопроса – Божович Л.И.: «Мотив – это то, ради чего осуществляется деятельность, в качестве мотива могут выступать предметы внешнего мира,

представления, идеи, чувства и переживания. Словом, всё то, в чём нашла своё воплощение потребность». Мотивацией принято считать совокупность мотивов, побуждающих человека к достижению цели, совокупность психологических процессов, которые дают поведению волевой импульс и направленность[1]. Мотивация – важный компонент любой деятельности, в том числе и учебной. Без адекватной мотивации не будет работать ни одна педагогическая технология. Современные образовательные технологии предполагают взаимодействие педагога и обучающегося.

Формирование устойчивой мотивации в учении является одной из самых важных проблем современного образования. Причины низкой мотивации у современных студентов тесно связаны как с объективными, так и субъективными факторами. Объективные предпосылки к снижению интереса к обучению заключаются в действиях преподавателя. Например, материал занятия не вызывает отклика у обучающихся или не соответствует уровню приобретенных ранее знаний; методы и приемы работы не способствуют пробуждению активности и самостоятельности студентов.

Субъективные причины более многочисленны: плохое самочувствие, социальные или семейные проблемы, неудовлетворенность побуждений к учению (в случаях наказания оценками либо завышения преподавателем требований), отсутствие потребности к познанию и многое другое.

Психологи выделяют ряд методов, способствующих развитию адекватной мотивации к учению у обучающихся:

1. Эмоциональная мотивация: удовлетворение потребности быть значимым в коллективе, создание ситуаций успеха, система поощрений, психологический патронаж при возникновении напряжения или негативных поведенческих проявлений.

2. Познавательные: опора на жизненный опыт, побуждение к поиску альтернативных решений, выполнение творческих заданий и др.

3. Волевые методы: самооценка деятельности, предъявление требований и др.

4. Социальные: формирование потребности и желания быть полезным, стремления к взаимопомощи и т.п. [2,3]

Процесс формирования мотивации в обучении запускается целым рядом способов (форм и приемов) стимулирования. Среди них можно выделить традиционные приемы: демонстрация иллюстраций, презентаций, видео- или аудиоматериалов; использование дополнительных источников информации; проведение тематических игр; и формы: лекции, семинары, экскурсии, конференции и др. Но значительно более эффективными являются нетрадиционные, инновационные методы воспитания и обучения: интерактивные, проектные, творческие, ситуативные и т.д.

Выбор вида мотивации и способов стимулирования обучения зависит от многих факторов. Мотивация не может быть бессистемной, бесцелевой. Методы стимулирования обучения должны быть равноценны результатам обучения: цели - достижимыми, поощрение – заслуженным, просьба или требование – адекватным задачам занятия. Мотивация должна пронизывать все занятие: от сообщения темы до формулирования домашнего задания.

Выводы. Значение мотивации в обучении трудно переоценить. Мотивы образовательной деятельности имеют большое значение для формирования личности в целом, развития уровня познавательной и интеллектуальной активности, мобилизации творческих сил и стремления к самообразованию. Устойчивая положительная мотивация учения ведет к росту качества знаний, улучшению общего физического и психологического здоровья обучающихся, способствует формированию и развитию общей культуры личности.

Список литературы

1. Ильин, Е.П. Мотивация и мотивы/Е.П.Ильин. - СПб.: Питер, 2000. - 512 с.

2. Маркова, А. К., Матис, Т. А., Орлов, А. Б. Формирование мотивации учения. - М., 1990. - 212 с.

3. Мильман, В.Э. Внутренняя и внешняя мотивация учебной деятельности // Вопросы психологии. - 1987. - № 5. - С. 129 -138.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА НА ЛУГАНЩИНЕ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО)**

***КОБЗОВА С.Н.,
канд.пед. наук, доцент, доцент,
кафедра туризма, гостиничного и ресторанного дела
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск, ЛНР***

Постановка проблемы в общем виде. На Луганщине туризм никогда не рассматривался в качестве приоритетного направления развития экономики страны. Более того, Луганская область позиционировалась исключительно как промышленный регион и «депрессивная» с точки зрения развития туризма территория. Принимаемые на государственном и региональном уровне в сфере туризма нормативные документы носили декларативный характер и реализовывались в основном на бумаге. При этом подготовку специалистов для сферы туризма региона осуществляли 2-3 высших учебных заведения. Однако организация обучения студентов туристических специальностей в вузах непризнанных государств представляет собой относительно новый феномен, изучение которого осложняет политизация темы. При этом современные тенденции использования новых форм межгосударственного сотрудничества в

сфере образования в совокупности со складывающимися условиями развития отечественной государственности, в которых оказались вузы непризнанных государственных образований, обусловили необходимость обновления содержания учебной, научной и методической работы высшей школы.

Таким образом, актуальность данной проблемы и необходимость поиска путей эффективной организации профподготовки специалистов для сферы туризма на территории с неопределенным правовым статусом обусловили выбор **цели исследования** – изучить на примере деятельности ЛНУ имени Тараса Шевченко процесс организации профессиональной подготовки специалистов для сферы туризма на Луганщине в современных условиях.

Изложение основного материала. Опираясь на исследования российских и украинских ученых (работы В. Абрамова, А. Коноха, В. Федорченко и Т. Деровой, Л. Устименко и И. Афанасьева), посвященных вопросам анализа особенностей развития туротрасли на территории РФ и Украины (на принципах историзма), учитывая периодизацию процессов развития туризма на Луганщине, изучение архивных материалов и законодательной базы целесообразно было выделить четыре периода развития туризма и организации профподготовки в регионе: 1) первый период (вторая половина XIX – 20-30 гг. XX ст.), когда отдельные элементы краеведческой работы в регионе становились более системными, характеризовался зарождением туристической деятельности на территории Луганщины и началом формирования системы туристско-экскурсионных заведений; 2) второй период (1945-1969 гг.) характеризовался ускоренным развитием туристско-экскурсионного движения на Луганщине, особенно это касалось внутреннего туризма; к туристическому движению были привлечены широкие слои населения, плодотворная работа проводилась в направлении подготовки инструкторов по туризму; туризм стал рассматриваться как средство воспитания у молодежи чувства патриотизма; 3) третий период (1969-1991 гг.) характеризовался бурным и всесторонним развитием туризма, а 70-80-е гг.

стали периодом расцвета массового туризма в регионе; с целью пропаганды памятников истории и культуры области были созданы народные университеты; система подготовки туристских кадров региона была представлена курсовой подготовкой экскурсоводов, гидов-экскурсоводов, гидов-переводчиков и групповодов, организованной при соответствующих туристско-экскурсионных учреждениях; 4) четвертый период (1991-2014 гг.) характеризовался абсолютно разными показателями развития регионального туризма: возрождением туристической отрасли в пределах региона, но уже на других основах, чем во времена СССР; активным поиском государственными органами путей развития туризма; открытием в учебных заведениях разных уровней аккредитации профильных специальностей по подготовке кадров для сферы туризма. В рамках этого периода выделялись три этапа (с 1991 по 1995 г.; с 1995 по 2004 г.; с 2004 по 2014 г.) [1]. В сложившихся условиях, считаем необходимым дополнить авторскую классификацию пятым периодом (который будет охватывать временной промежуток с 2014 года и до сегодняшнего дня). В рамках данной публикации рассмотрим лишь особенности процесса организации профподготовки специалистов для сферы туризма на примере ЛНУ имени Тараса Шевченко.

Военные действия на территории Луганской и Донецкой областей в 2014-2015 годах повлекли за собой разрушение инфраструктуры туризма, падение уровня жизни населения, последующее отсутствие социального запроса на оздоровление и отдых у жителей региона. В тех социально-политических условиях были нарушены все базовые принципы успешной организации туристической деятельности на определенной территории: это и отсутствие нормативно-правового поля, непризнание мировой общественностью документов, удостоверяющих личность человека, отсутствие возможности в полном объеме осуществлять паспортно-визовые, страховые, медико-санитарные и иные виды туристических формальностей, отсутствие привычных и понятных условий осуществления деятельности ТО, ТА и т.д. Не смотря на

все сложности процесс подготовки студентов для туристических специальностей в одном из старейших высших учебных заведений Донбасса – Луганском национальном университете имени Тараса Шевченко – не был прекращен.

Первоочередной задачей руководства ЛНУ имени Тараса Шевченко в 2014-2015 гг. можно считать сохранение контингента студентов. Начиная с 2015 г. на фоне снижения позитивного психологического настроения студентов, текущего несоответствия содержания, используемых форм и методов обучения требованиям динамично развивающейся индустрии туризма, прекращения контактов с зарубежными базами практик (например, туристическими компаниями и гостиничными комплексами, дипломатическими представительствами, консульствами и посольствами зарубежных стран) и уменьшения в разы количества самих баз-практик, отсутствия у студентов материальной заинтересованности и ранее действовавшей системе трудоустройства основной задачей становится поддержание качества подготовки специалистов для сферы туризма и сервиса в контексте интеграции в российское образовательное пространство. Понимая, что территория обладает значительным природно-рекреационным, социально-культурным и историко-архитектурным потенциалом, в силу сложной военно-политической обстановки формирующееся государство может рассчитывать пока только на развитие внутреннего туризма, у руководства вуза формулируется образовательная политика, обусловленная поддержанием релевантности содержания подготовки студентов текущей социально-экономической обстановке в регионе. При кафедре туризма, гостиничного и ресторанного дела Института торговли, обслуживающих технологий и туризма Луганского университета имени Тараса Шевченко создается Научно-исследовательский центр развития молодежного туризма и краеведения («Роза ветров»). Центр был призван способствовать, с одной стороны, развитию практики взаимовыгодного сотрудничества кафедры с представителями реального сектора экономики, и, с другой стороны, –

оказанию качественных услуг по дополнительным образовательным программам. В 2016-2017 гг. продолжился переход на российские образовательные стандарты нового поколения, активно выстраивались партнерские отношения с российскими вузами, осуществляющими подготовку специалистов по туристическим направлениям. В 2016 г. при содействии руководства Волгоградского государственного социально-педагогического университета коллективом кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела было издано учебное пособие «Туристские маршруты города Луганска и Луганского региона» [3]. 27-28 апреля 2017 г. кафедрой была проведена Международная научно-практическая конференция «Туристическая индустрия: современное состояние и приоритеты развития» (в этот раз 10 по счету и ранее организуемая ежегодно). В 2018-2019 гг. продолжилась деятельность по установлению договорных отношений с вузами РФ, отдельное внимание стало уделяться вопросам повышения квалификации профессорско-преподавательского состава и профессиональной переподготовки. Также была продолжена практика организации и проведения ГИА в формате он-лайн защит для студентов ЛНУ имени Тараса Шевченко и получения второго диплома российского вуза-партнера (в частности Южного федерального университета, Донского государственного технического университета в 2015-2017 гг., Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова в 2016-2019 гг.) [2].

Таким образом, в Институте торговли, обслуживающих технологий и туризма Луганского национального университета имени Тараса Шевченко продолжена практика подготовки будущих бакалавров и магистров по специальностям «Туризм» и «Гостиничное дело», которая представляет собой многолетний учебный процесс, претерпевающий изменения в сложившихся условиях. Однако все эти изменения неоднозначно влияют на качество профессиональной подготовки будущих специалистов сферы услуг, и в частности формулируется новая проблема – отсутствие учета потребностей

индустрии туризма региона в соответствующих кадрах. Публикация не претендует на полноту освещения проблемы и ее комплексное решение. К направлениям дальнейших исследований стоит отнести работы по поиску путей оптимизации обучения студентов туристических специальностей в ЛНУ имени Тараса Шевченко.

Список литературы

1. Кобзова С. М. Періодизація становлення й розвитку регіонального туризму та професійної підготовки фахівців для сфери туризму на Луганщині у другій половині XIX – на початку XXI століття / С. М. Кобзова // Вісн. Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки. – 2011. – № 14. – С. 138 – 148.
2. Сайт Луганского национального университета имени Тараса Шевченко [Электронный ресурс]. – URL: <http://ltsu.org> (дата обращения 03.10.2019).
3. Туристские маршруты города Луганска и Луганского региона: учеб. пособие / Г.А. Сорокина, С.В. Тарабановская, С.А. Дитковская и др. – Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2016. – 244 с.

ТУРНИР ЮНЫХ МАТЕМАТИКОВ: ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ

КОВТОНЮК Д.А.,

канд. физ.-мат. наук, доцент,

кафедра высшей математики

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Не существует сколь-нибудь достоверных тестов на одарённость, кроме тех, которые проявляются в результате активного участия хотя бы в самой маленькой поисковой исследовательской работе.

А.Н. Колмогоров

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях при переходе на новые стандарты меняются цели среднего и высшего образования, и одной из главных задач, стоящих перед учителями и преподавателями – вооружить учащихся осознанными и прочными знаниями, развивая их самостоятельное мышление. В условиях развития современных технологий возрос спрос на молодых людей, обладающих нестандартным и креативным мышлением, умеющих ставить и решать новые задачи. Поэтому всё большее распространение приобретает исследовательская деятельность учащихся как образовательная технология.

Научно-исследовательская деятельность является:

- мощным средством, позволяющим увлечь новое поколение по самому продуктивному пути развития и совершенствования;
- одним из методов повышения интереса и соответственно качества образовательного процесса.

Исследовательская деятельность связана с решением учащимися творческих задач с заранее неизвестным решением. Этим она отличается от

проектной деятельности, которая предполагает чёткое прогнозирование результата и ясное представление о конечном продукте деятельности. Вовлечённость учащегося в исследовательскую деятельность способствует развитию удовлетворённости собой и своим результатом, обеспечивает переживание осмысленности и значимости происходящего, является основой для его дальнейшего самосовершенствования и самореализации.

В отличие от олимпиад исследовательской деятельностью могут успешно заниматься не только отличники (а может быть, даже и совсем не они): учащийся выбирает тему, вызывающую у него наибольший интерес, и с увлечением тратит на неё свободное время.

В последние годы вопросы теории и практики исследовательской деятельности разрабатывались многими исследователями. В своих работах А.Н. Леонтьев, В.В. Давыдов, М.Н. Скаткин, Т.И. Шамова, А.М. Фридман приводят ясные доводы того, что исследовательская деятельность имеет значительные преимущества перед проектной в силу того, что последняя определена предсказуемостью, ибо человек, разрабатывающий и реализующий проект, не просто ищет что-то новое, он решает реальную проблему. В отличие от проектирования исследовательская деятельность изначально более свободна, практически не регламентирована какими-либо внешними установками, поэтому она значительно более гибкая, в ней больше места для импровизации. Таким образом, можно сказать, что тема исследовательской деятельности в образовательном процессе является актуальной.

Так, в этом году в Донецкой Народной Республике мы впервые проводим Республиканский турнир юных математиков (Приказ № 3082/18.1-30 Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 14.10.2019). К участию в Турнире приглашаются учащиеся 9-11 классов общеобразовательных организаций Донецкой Народной Республики.

Цели Турнира: привлечение учащихся к исследовательской работе в области математики; привитие навыков проведения коллективных научных

исследований, представления и защиты своих результатов, ведения научной дискуссии.

Задачи Турнира: создание условий для реализации и развития творческих способностей учащихся; формирование у них интереса к математике; поиск учащихся, способных применять знания по математике, находить оригинальные и нестандартные решения.

Турнир проводится с 16 октября по 21 декабря 2019 года в два этапа:

I (отборочный) этап – заочный, с 16 октября по 28 ноября 2019 года;

II (финальный) этап – очный

– первый тур 14 декабря 2019 года;

– второй тур 21 декабря 2019 года.

I этап включает в себя 5 исследовательских задач, каждая из которых оценивается до 20 баллов. Все задачи имеют исследовательский характер и могут содержать части, решения которых неизвестны. Максимальное количество баллов, которое может набрать команда на I этапе – 100.

По итогам проведения I этапа Турнира определяются шесть команд для участия во II этапе, который проводится в виде математических боёв. Математический бой – главная составная часть Турнира. Под математическим боем понимается организованная дискуссия нескольких команд, в которой каждая участвующая команда поочередно выступает в качестве докладчика своих результатов, оппонента по выступлению докладывавшей команды и рецензента, оценивающего качество дискуссии двух других команд. По итогам проведения II этапа будут определены победители и призёры Турнира.

Выводы. После проведения Турнира можно будет сделать выводы – насколько данная форма проведения научно-исследовательской работы учащихся актуальна и целесообразна в современных условиях для нашей Республики.

Список литературы

1. Арцев, М.Н. Учебно-исследовательская работа учащихся [Текст] // Завуч. – 2005, № 6. – С. 4-29.
2. Долбнев, В.В. Организация научно-исследовательской деятельности в рамках школьного научного общества учащихся [Текст] // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Самара, март 2016 г.). – Самара: ООО «Издательство АСГАРД», 2016. – С. 134-137. – URL <https://moluch.ru/conf/ped/archive/188/9752/>

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ УРОВНЯ СТРЕССА ПРИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

КОЛОМИЙЦЕВА К.А.,
преподаватель,

кафедра иностранных языков

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

Постановка проблемы в общем виде. Иностранный язык призван сыграть значительную роль в создании условий для развития картины мира, адекватной современному уровню знаний, и интеграции личности обучающегося в систему мировых и национальных культур.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что одной из главных задач, поставленных сегодня обществом перед высшей школой в подготовке управленческих кадров, является воспитание высококультурного и конкурентоспособного на мировом рынке труда выпускника, обладающего коммуникативной компетенцией в актах межкультурной коммуникации.

Прогрессивное развитие международных контактов и связей в экономике, политике, культуре и других областях приводит к ориентации современных методов обучения иностранным языкам на концептуально новый уровень. Стремление к коммуникативной компетентности в качестве конечного результата обучения предполагает не только владение соответствующей техникой иностранного языка, но и изучение огромной дополнительной информации, необходимой для адекватного взаимодействия субъектов общения.

Зачастую обучение иностранным языкам осуществляется в привычной для обучающегося обстановке, где риск возникновения стрессовых ситуаций при коммуникации минимален, что, в принципе, как уже давно известно, мировому сообществу, совершенно противоречит факту образования «языкового барьера» при взаимодействии с носителем языка при живом общении в непривычной для обучающегося среде.

Цель исследования. Поиск решения проблемы формирования у обучающихся социокультурной компетенции является крайне необходимым.

Изложение материалов основного исследования. Одним из факторов, способных минимизировать повышенность эмоционального напряжения при межкультурной коммуникации является использование лингвострановедческого аспекта в обучении иностранным языкам, особенно для управленцев, так как взаимодействие с представителями различных культур и языков – это неотъемлемая составляющая профессиональных навыков руководителя.

Исходя из выше сказанного, лингвострановедческий аспект образования превращается из вспомогательного в один из основных и приоритетных.

Посредством внедрения лингвострановедческого аспекта в процесс обучения иностранным языкам происходит расширение у обучающихся знаниевого поля относительно культуры, традиций, манер и поведения

представителей стран изучаемого языка, что в будущем снизит риск непонимания между лицами, вступающими в процесс коммуникации.

Также стоит отметить, что, к примеру, английский язык давно уже приобрел статус «общего» а никак не иностранного, поэтому из-за своего широкого распространения не смог избежать влияния на него различных мировых культур, что повлекло за собой многочисленные изменения лексических единиц.

Выводы. В данный момент, как в системе среднего, так и высшего образования изучается «классический» английский, то есть устоявшиеся фразы и выражения, что может, является причиной не только эмоционального «языкового барьера», но и лексического. Поэтому как один из способов решения данных проблем рекомендуется внедрение дополнительного аспекта в процесс обучения иностранным языкам, а именно лингвострановедческого, и непрерывное совершенствование научно-педагогических кадров по средствам следования и освоения трендовых изменений в мировой культуре и языке.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

КОРОВКА Е.А.,

канд. физ.-мат. наук, доцент,

первый заместитель директора

ГО ДПО «Институт развития профессионального образования»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Эффективность и результативность совершенствования системы подготовки специалиста в системе профессионального образования, совершенствование педагогической практики в образовательной организации возможно только при систематическом повышении уровня профессионально-теоретической

подготовки, развитии у руководителя и его команды навыков поисковой деятельности, умения осуществлять прогноз перспектив и последствий внедрения той или иной инновации в процесс обучения.

Сегодня мир вступил в новую фазу своего развития. Знания и технологии настолько стремительно обновляются и совершенствуются, что современный руководитель и преподаватель системы профессионального образования должны быть готовы к постоянному обучению на протяжении всей жизни.

Классическая форма обучения в системе дополнительного профессионального образования сегодня переживает кризис, причем, он прослеживается практически во всех странах мира. Развитие Интернет-технологий открывает возможность обмена информацией независимо от местонахождения человека, благодаря чему стала возможна новая технология обучения - дистанционное, сочетающаяся и дополняющая традиционные формы обучения (очную и заочную). Но степень эффективности данной технологии обучения и необходимость ее использования в каждом конкретном случае не всегда очевидны.

Цель исследования. Проследить эффективность работы по использованию дистанционных образовательных технологий на примере реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации (ДПП ПК) в Институте.

Изложение материалов основного исследования. Дистанционное образование – это получение образования на удаленном расстоянии без необходимости личного посещения образовательной организации [1].

При условии полного освоения программы и успешного окончания обучения выдается документ, который имеет такую же правовую силу, как и документ, полученный после окончания обучения по любой другой форме.

Чаще всего дистанционное образование выбирают, когда хотят получить второе образование или повысить свою квалификацию, т.е. при наличии у обучающегося уже определенной, хотя бы первичной, базы знаний.

Система дистанционного обучения (СДО) — это виртуальная образовательная среда, где можно как учить, причем, получая доступ к данной среде на удалении, так и отслеживать успеваемость каждого обучающегося [1].

В зависимости от выбора системы дистанционного обучения ее характеристики и возможности могут отличаться, но, как правило, при помощи СДО решаются следующие задачи создается единая база(ы) обучающихся; размещаются и хранятся необходимые учебные материалы, что позволяет автоматизировать процесс обучения и, соответственно, организовать обучения большого количества людей одновременно; оцениваются, обобщаются и сохраняются учебные достижения и результаты обучения каждого; существует возможность обсуждения учебных материалов, как с тьютором, так и с другими обучающимися на форумах и в чатах.

В 2002 году появилась первая СДО с открытым исходным кодом — Moodle, которая получила мировую известность и широко используется сегодня для онлайн-обучения. Именно эта система дистанционного обучения и используется для реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации работников среднего профессионального образования в Институте.

В пробном формате обучение по заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий по ДПП ПК в ГО ДПО ИРПО проводилось для двух категорий педагогических работников — заведующих отделениями и методистов ОУ СПО в 2018 году и показало следующее.

Мониторинг удовлетворенности данной формой повышения квалификация показал одобрение 80% респондентов (максимальная индивидуализация, мобильность, доступность, значительное снижение финансовых затрат). Но в тоже время, были выявлены и проблемы: недостаточное владение слушателями навыками работы с СДО Moodle, большой объем заданий, который необходимо выполнить в период дистанционного этапа обучения.

В этом учебном году повышение квалификации с применением дистанционных образовательных технологий проводится для 6 групп педагогических работников ОУ СПО – 5 групп преподавателей общепрофессионального и профессионального учебных циклов и одна группа методистов ОУ СПО, что составило общей численностью 151 слушатель.

Учитывая опыт прошлого года, во время первого, очного, этапа обучения в каждой группе слушателей проводились занятия по изучению работы с системой дистанционного обучения. На практических занятиях слушатели учились регистрироваться в системе, изучать лекционные материалы, загружать ответы на задания практических работ, отслеживать собственную успеваемость и т.д. Начало обучения таких групп было разделено по времени, поэтому путаницы на этапе регистрации не возникало.

Преподаватели кафедр на занятиях первого, очного, этапа проводили детальное обсуждение дисциплин, выносимых на второй, дистанционный, этап и рассматривали требования к выполнению работ.

Среди основных проблем, с которыми сталкивались слушатели в этом учебном году, можно выделить следующие: забыли или неправильно указали логин/пароль для входа в систему; пытались прикреплять файлы, превышающие допустимый системой объем; испытывали тревогу и неуверенность в том, что выполненное задание получено преподавателем или достаточно хорошо выполнено. Все проблемы оперативно решались в телефонном режиме или с помощью переписки по электронной почте.

Установление жестких сроков для выполнения каждого учебного модуля должно было стимулировать слушателей к своевременному выполнению заданий, однако, на практике работало не всегда.

В целом, количество выполненных заданий уменьшалось к концу дистанционного этапа. В первых модулях слушатели выполняют практически все задания, а к моменту открытия последних модулей слушатели либо

считают, что уже набрали необходимое количество баллов, либо не успевают выполнять задания.

Если оценивать эффективность дистанционного обучения при реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации в работе Института, то лучше рассматривать в трех аспектах: педагогическом, экономическом и социальном.

Педагогический эффект. На сегодняшний день 4 группы завершили дистанционный этап обучения. За время прохождения дистанционного этапа слушатели должны были выполнить 35 практических заданий.

По результатам оценивания выполненных практических заданий были получены следующие средние результаты (для пятибалльной системы):

- самый высокий средний балл за модуль по группе – 4,93;
- самый низкий средний балл за модуль по группе – 3,27.

Низкий средний балл модуля по группе можно объяснить тем, что не все слушатели выполнили все задания дистанционного этапа, а система оценивания построена так, что невыполненное задание оценивается нулевым баллом и влияет на общую статистику оценок группы.

Общий средний процент качества по итогам дистанционного этапа вышеуказанных четырех групп – 77,5%.

Экономический эффект. Сокращение времени пребывания на обучении и, соответственно, сокращение финансовых расходов на каждого слушателя при освоении того же объема учебного материала.

Социальный эффект. Во-первых, вариативность выбора форм обучения слушателями. А во-вторых, обучение и освоение работы с СДО позволит работнику системы среднего профессионального образования использовать ее в собственной практической деятельности, что может способствовать повышению качества подготовки специалистов.

Выводы. Использование дистанционного обучения является необходимым условием эффективного функционирования системы дополнительного

профессионального образования, в частности, при реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации работников среднего профессионального образования.

Если говорить о путях совершенствования дистанционного обучения в Институте, то необходимо определить такой норматив времени, отводимый преподавателю на работу с дистанционными модулями, который бы позволил оптимизировать количество и качество заданий на дистанционном этапе и повысить эффективность работы и преподавателя, и слушателя.

Список литературы

1. Словарь согласованных терминов и определений в области образования государств-участников Содружества Независимых Государств.-М., 2004. С. 34//Режим доступа: https://pedagogical_dictionary.academic.ru/1004/.

ЭТАПЫ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

ЛИВЕНЦОВА В.А.,

канд. пед. наук, доцент, профессор,

кафедра русского языка и иностранных языков

ГОО ВПО «Донецкая академия внутренних дел МВД ДНР»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. На современном этапе развития общества одним из самых актуальных заданий образовательной сферы является обновление методов и форм обучения. Жизнь меняется с невероятной скоростью, ставит новые задачи, требует более широкого спектра решений. В условиях современных вызовов подготовка специалистов всех уровней приобретает большое значение. Не менее актуальной на сегодняшний день является идея личностно-ориентированного образования, подталкивающая к поиску оптимальных педагогических технологий, инновационных методов и приемов для качественной подготовки конкурентоспособных и эффективных

управленческих кадров. Под инновациями принято считать внесение изменений в человеческую деятельность в целях повышения её эффективности [1] или «реализацию нового или значительно усовершенствованного продукта (товара, услуги) или процесса, ... нового метода организации...» [2]. Внедрение инновационных образовательных технологий не может осуществляться спонтанно, бессистемно. Любая педагогическая технология, прежде чем будет принята к использованию, должна быть тщательно выверена, систематизирована.

Подготовка к массовому применению функциональных педагогических технологий и развитию учебных структур в новой образовательной парадигме ставит перед собой несколько первоочередных задач.

Во-первых, очень важно осознание самими педагогическими работниками необходимости обновления. По целому ряду причин это довольно сложная проблема, на решение которой требуется немало времени. Стихийное внедрение образовательных технологий на пути перехода от традиционного к инновационному образованию ввергнет систему в «шок», вызовет большие социальные осложнения и нежелательные побочные эффекты.

Во-вторых, создание общей методологии и технологий инновационных образовательных структур. Подходы к созданию подобных технологий педагогической науке уже известны и изложены в работах таких ученых, как Т.М. Ковалёва, М.М. Поташник, Л.А. Холодкова и др. Ученые обращают внимание на то, что в случае расхождения идеала личности и нормы, установленной в обществе, возникает потребность в уточнении возможных представлений о новой норме. Это своеобразная попытка адаптации личности к новой норме: определение системы ценностей, оценочное сравнение нормы и идеала, определение средств и методов, а также объема ресурсов, которыми владеет личность и которые предполагает затратить или приобрести в результате.

Традиционный тип образования представляет собой подробную и тщательную регламентацию учебной деятельности и способа взаимодействия участников процесса. В процессе осуществляется так называемое внешнее управление, когда педагог находится над (за) структурой и следит за исполнением регламента и установленных заранее действий. Любое отклонение от регламента чаще всего носит спонтанный характер, поэтому ведет к отрицательной оценке, а причины, вызвавшие подобное отклонение, в принципе не важны. Как свидетельствует практика, традиционный путь образования является более предсказуемой и без усилий управляемой технологией, минимализирующей риски и сбои.

Процесс перехода к инновационным типам меняет подходы не только к самому процессу образования, но и к системе в целом и к каждой личности в отдельности. Процесс перехода предполагает ряд поэтапных действий.

Этап проектирования включает в себя организацию пространства, определение стиля, форм и методов взаимодействия, разработку механизмов согласования формальных и неформальных составляющих такого взаимодействия, организацию диалога технологических подсистем, место и роль в метасистеме и в отдельных образовательных и общекультурных системах, средства оценки эффективности результатом.

Если в традиционном подходе прослеживается приверженность к максимально детализированной регламентации деятельности, то в инновационном – уровень детализации ограничен принципом так называемой неопределенности естественных гуманитарных систем, проще говоря, процесс образования и степень образованности для каждой личности свой, не противоречащий общей культурной норме. Смысл аксиологического управления заключается в имманентной связи культурно-исторической педагогики и современного менеджмента. Проектирование для традиционного и инновационных типов образования и технологий его реализации устанавливает общие ценности и язык взаимодействия между участниками.

Следующий этап – этап запуска технологии. Такой этап не присущ традиционному типу образования. Образовательная среда данного этапа насыщена разнообразием текстов, в которых представлены различные системы взглядов и образцы деятельности; возможностями безграничного осмысленного выбора индивидуальных путей и свободного ориентирования в ответах на личные вопросы. На данном этапе, кроме создания активного образовательного пространства, необходимо установить обратную связь, ведущую к гибкому управлению, созданию и поддержке открытого стиля взаимодействия. Определяются и внедряются способы сближения позиций педагога и обучающегося. Целью такого сближения является решение общих вопросов в процессе общей деятельности. Внедрение инновационного проекта разворачивается в двух направлениях деятельности: внешнее – формирование эффективной системы решения мировоззренческих вопросов в целом, внутреннее – совершенствование стиля взаимодействия, ведущего к переменам в личных качествах участников процесса.

Деятельность руководства и педагогического коллектива учреждения образования, внедряющего инновационные формы, в большинстве своем утрачивает признаки внешнего управления, оставаясь внутри процесса в роли организатора и осуществляя контроль. Созданные в такой идеологии и по такой технологии учреждения инновационного типа находятся в позиции, требующей постоянной адаптации к неопределенностям и случайностям окружающей жизни, адекватно реагируя на внешние перемены, а выпускники таких учреждений имеют больше шансов быть успешными и конкурентоспособными.

Опыт предыдущих 20-25 лет показал, что внедрение инновационных образовательных систем, имея стремление к обновлению и реструктуризации, столкнулось с рядом трудностей. Экспериментальные инновационные структуры и методы натолкнулись на несовершенство законодательной базы, полное или частичное отсутствие соответствующей методологии, недостаточность практического системного опыта.

Существует несколько путей решения подобных проблем. Дальнейшее развитие системы образования, во-первых, должно базироваться на различных идеологиях непрерывного образования. Ситуация требует большого внимания, так как приверженцы традиционного и инновационного подходов видят в непрерывном образовании различные подходы к решению образовательных задач. Специалисты традиционной системы считают, что идея непрерывности заложена в самом понятии образования, поэтому существующая ситуация не является проблемной и может быть решена административным путём. Требуется только свести к единой системе существующие структуры, утвердить учебные программы, ввести единые критерии, усилить принципы демократизации и гуманизации воспитания и обучения в содержании образования.

Принципиально иную точку зрения имеют представители педагогической науки, в частности специалисты по вопросам философии образования. Суть традиционного образования, по их мнению, заключается в воспроизведении педагогического опыта согласно имеющимся образцам. В его основе лежит идея завершенности, цель – в стремлении к примеру, образцу, его идеал – полученное образование, а, следовательно, противоречит идее непрерывного образования. Требуется выход из сферы образования в сферу развития. Инновации как «комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся в ходе развития социокультурных систем и субъектов» [3] - уверенный шаг в сферу развития.

Вывод напрашивается сам собой: разработка концепции, содержания и методов управляемой системы непрерывного образования. В таком контексте необходимость реформирования системы образования в условиях современных вызовов становится особенно актуальной.

Противостояние традиционной и инновационной систем образования стимулирует не только реформирование содержания, форм и методов обучения

специалистов, но и подготовку высококвалифицированных педагогических кадров, готовых к решению задач, диктуемых временем и опережающих время.

Список литературы

1. Камлев Н.Г. Словарь иностранных слов/ Н.Г. Камлев.- М.: Эксмо,2006.- 669 с.
2. Тюрина В.Ю., Ипполитова А.А. Наука, инновация, интеллектуальная собственность – основа перехода к инновационной экономике//Инновации. – 2013. - №9. – С.66-70.
3. Холодкова Л.А. Инновационная культура субъектов военного профессионального образования: теория и практика/ Л.А. Холодкова. – СПб.: ВУС,2004.

РИТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА-УПРАВЛЕНЦА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

ЛИВЕНЦОВА В.А.,

канд. пед. наук, доцент, профессор,

ИЛЬСОВА Н.И.,

преподаватель,

кафедра русского языка и иностранных языков

ГОО ВПО «Донецкая академия внутренних дел МВД ДНР»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность проблемы формирования речевой культуры будущего менеджера в риторическом аспекте обусловлена тем, что умение говорить, вести диалог, оппонировать в споре, решать проблемные вопросы средствами речевой коммуникации – залог эффективности работы всех сфер жизни общества. Перемены, происходящие в современном обществе, устанавливают новые социальные ориентиры, которые,

в свою очередь, определяют новые подходы к подготовке управленческих кадров. Профессиональная деятельность менеджера осуществляется в большей степени в виде общения. Поэтому уровень речевой культуры является одним из важнейших факторов формирования имиджа, а также успешности функционирования предприятия или учреждения.

Государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования формулируют чёткие требования к уровню подготовки будущих специалистов, определяют профессиональные и общекультурные знания, умения и навыки выпускников.

Предметом исследования настоящей статьи является риторический аспект формирования культуры речи будущего специалиста-управленца в условиях современных вызовов. Иными словами, в центр внимания выдвигается взаимодействие средств языка и различных мыслительных структур и процессов в прагматическом контексте – ситуациях речевой коммуникации. Речевая коммуникация в данном контексте трактуется как особый вид деятельности, направленный на осуществление человеком определенных целей в сфере познания окружающего мира и его описания, на формирование мнений и убеждений, на регулирование социального и индивидуального поведения людей [1]. Риторический аспект такой деятельности заключается в установках на воздействие с целью добиться от реципиента принятия определенных решений о желательности, необходимости или возможности совершения или несовершения посткоммуникативных действий в пользу адресанта.

Уже много веков, от Античности до наших дней, вопрос о воздействии на слушателя через речевую коммуникацию актуален, и, независимо от общественно-политического строя любого государства, его экономической ситуации, интерес к средствам такого воздействия не затухает. Проблемы речевого воздействия рассматривают и зарубежные, и отечественные лингвисты и психологи: Х.Перельман, Л. Ольбрехт-Тытека, Б. Франц-Берингер, А.А. Ивин, Б.Н.Головин, О.С. Иссерс, А.В. Голоднов и другие. Обращение

лингвистов и психологов к теории воздействующего общения обусловлено актуальными изменениями внешнего мира и потребностями человеческого сообщества в совершенствовании компонентов речевой ситуации, достижении коммуникативных целей.

Непосредственное, или прямое, достижение коммуникативной цели предполагает самостоятельные действия говорящего (адресанта). Косвенная реализация цели выражается в том, что эти действия совершаются другим человеком в результате оказываемого говорящим речевого воздействия. Цель такого воздействия не ограничивается передачей информации, его действие гораздо шире, потому что ведет к изменению мнения реципиента по какому-либо вопросу, а также его действий. Происходит процесс изменения внешнего мира через внутренний. Степень риторического воздействия может проявляться в разных посткоммуникативных действиях:

- реципиент принимает точку зрения говорящего (ментальное действие);
- у реципиента меняется эмоциональное состояние, то есть адресант стремится вызвать сочувствие (эмоциональное);
- адресант побуждает реципиента к совершению действий, выгодных адресанту (практическое) [2].

Часто побуждение к какому-то одному действию происходит через осуществление других действий, а также взаимодействий. Следует обратить внимание на то, что достижение коммуникативной цели средствами риторического воздействия имеет не одноразовый, ситуативный характер. Успешная воздействующая коммуникация подчиняется целой системе речевых стратегий и тактик [3]. В лингвистике коммуникативная стратегия определяется как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов» [4].

Лингвистическая подготовка управленческих кадров неразрывно связана с обучением риторике. Зарубежные программы подготовки кадров вычлениют науку об умении говорить и убеждать в отдельную дисциплину. Отечественные вузы относят изучение риторики в раздел «Стилистика» дисциплины «Русский язык и культура речи», ограничивая обучение воздействующей речевой коммуникации несколькими занятиями. Понятие риторического аспекта в данном ограничении ориентируется только на две составляющие общего курса риторики: ораторское искусство и элокуцию. Система обучения ораторскому искусству укладывается в рамки выбора, «что сказать», «где сказать это» и «как сказать». А овладение искусством спора содержит общие понятия об аргументации и правилах ведения полемики. Этих умений недостаточно для лингвистической подготовки будущих специалистов-управленцев.

Выводы. Таким образом, при подготовке будущих менеджеров в вузе следует уделять большое внимание развитию лингвистических качеств специалистов. Формирование речевой культуры посредством приобретения навыков успешной коммуникативной деятельности и воздействующего общения – необходимое условие эффективной профессиональной подготовки, важнейшее условие конкурентоспособности будущего руководителя, фактор карьерного роста.

Список литературы

1. Безменова, Н.А. Речевое воздействие как риторическая проблема/ Н.А. Безменова// Проблемы эффективности речевой коммуникации: сб. науч. тр. – М.: ИНИОН, 1989. – С. 116-133.
2. Голоднов, А.В. Риторический метадискурс: к определению понятия/ А.В.Голоднов. – СПб.
3. Ивин, А.А. Риторика: искусство убеждать/А.А.Ивин. – М.: Гранд: Фаир-пресс, 2002.
4. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи/ О.С.Иссерс. – М.: УРСС, 2001.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ВЫПУСКНИКА УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ЛЫЧКО Л.Я.

канд. пед. наук, доцент, зав.кафедрой,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современном динамично развивающемся мире, когда постоянно меняются условия труда и требования к выполняемой работе, выпускникам учреждений высшего профессионального образования (ВПО) необходимо дать такие знания и умения, которые позволили бы им адаптироваться к окружающей среде и новым вызовам. В настоящее время в высшем профессиональном образовании принят компетентностный подход к обучению студентов, в который предусматривает, какими именно знаниями, навыками, и умениями должен будет владеть выпускник конкретного учреждения. Другими словами, компетенции – это описание итогов, к которым должны прийти выпускники в результате своей образовательной деятельности.

Цель исследования. В данной работе преследуется цель рассмотреть, какие характеристики предмета «Иностранный язык» позволяют ему считаться универсальной компетенцией.

Изложение материалов основного исследования. В соответствии с Е.С.Азимовым (2009) «компетенция – это совокупность знаний, навыков и умений, формируемых в процессе обучения той или иной дисциплине, а также способность к какой-либо деятельности на основе приобретенных навыков, знаний и умений». В 2019-20 учебном году на направлении подготовки 38.00.00

«Экономика и управление» в процессе изучения дисциплины «иностранный язык» предполагается формирование следующих компетенций:

■ общекультурная компетенция (ОК 4), имеющая – «способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия»;

■ общепрофессиональная компетенция (ОПК 4) – «способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации».

Таким образом, кроме обучения самому иностранному языку (лексике, грамматике, фонетике), задачей преподавателя иностранного языка в высшей школе становится развитие умений, которые обычно относятся к универсальным умениям, иными словами мягким или надпрофессиональным умениям. Они называются так, потому что могут быть востребованы представителями разных профессий, и представляют собой широкий набор умений, поведенческих характеристик, межличностных отношений и личных качеств выпускника. К ним относятся – коммуникация, лидерство, межкультурное взаимодействие, командная работа, критическое мышление, умение слушать, самодисциплина, тайм- менеджмент.

Однако, предмет «Иностранный язык» более широкую цель обучения, предусматривающую формирование иноязычной профессионально ориентированной коммуникативной компетенции, в которой вышеупомянутые компетенции ОК-4 и ОПК-5 являются ее составной частью.

Коммуникативная методика преподавания иностранного языка, основанная на деятельностном, личностно-ориентированном подходе к обучению, способствует формированию у студентов универсальных компетенций и развитию у студентов таких качеств, как самостоятельность, ответственность, креативность, умение работать индивидуально и в команде, учит умению общаться.

Отличительной чертой процесса обучения иностранному языку является его интерактивная направленность. В процессе выполнения заданий по иностранному языку, таких как подготовка сообщений, выступления, презентации, участие в ролевых играх, у обучаемых развиваются умения, касающиеся профессиональной, проектной, коммуникативной деятельности, которая требует умений слушать собеседника/докладчика, делать выводы, реагировать на высказывания. Таким образом, коммуникация как универсальная компетенция является основной характеристикой учебного процесса.

Следующей особенностью иностранного языка, придающей ему универсальный характер, является его беспредметность, беспредельность (Зимняя, И.А.1991). Это проявляется в том, что как предмет он не дает обучающемуся знаний о реальной действительности и может отражать любые сферы деятельности, поэтому при определении программы обучения по иностранному языку, в частности, английскому, профессиональной направленности, необходимо определить ее содержание (цели обучения, сферы общения, темы, ситуации общения). Однако, данная особенность иностранного языка предоставляет широкие возможности в области межпредметных связей. Во-первых, изучение традиций, обычаев, особенностей делового общения представителей различных культур способствует формированию у обучаемых межкультурной компетенции. Во-вторых, оно расширяет профессиональную компетенцию студентов, углубляет ее за счет осознания особенностей личностного поведения в конкретных ситуациях делового общения. В-третьих, иноязычные тексты несут в себе дополнительные знания о различных аспектах будущей профессиональной деятельности.

Выводы. Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что владение иностранным языком представляет собой универсальную компетенцию выпускника, элементами которой он сможет воспользоваться в

своей профессиональной деятельности в различных ситуациях общения как на иностранном, так и на родном языке.

РАЗВИТИЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

МАТВЕИЧЕВА Ю.О.,

канд. культурологии, доцент,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В современном мире взаимодействие культур является основой общества и ценностных ориентаций человека. Поскольку противостояние культур еще существует в мировом сообществе, особое внимание уделяется социальной адаптации личности с точки зрения межкультурного общения.

Идея поликультурного образования в настоящее время все больше и больше привлекает внимания лингвистов и педагогов [1–2]. Существует серьезная теоретическая проблема поиска путей личностного развития в процессе изучения иностранных языков. Кроме того, изучаются пути развития поликультурной личности, в том числе посредством коммуникативной и социокультурной компетенций, которые выражаются в умении общаться на иностранных языках и «владеть определенным набором социокультурных знаний о странах изучаемого языка (в том числе о поведении, этикете) и умений использовать их в процессе иноязычного общения, а также умение представлять свою страну и ее культуру» [2].

Язык является основным фактором культурной самобытности. Иностранные языки позволяют общаться с представителями других стран и налаживать диалог между культурами.

Путь к многоязычному и поликультурному развитию личности посредством обучения иностранному языку включает в себя выполнение нескольких условий: развитие умения мыслить на иностранном языке, аккультурацию, социокультурное образование [1–2].

Большинство ученых согласны с тем, что владение иностранным языком означает развитие критического мышления на данном языке. Такое критическое мышление является неотъемлемым компонентом в процессе развития поликультурной личности. Оно включает процессы вербализации, поиска и ассоциирования языковых знаков с процессами мышления.

Аккультурация - это процесс адаптации к новой культуре, направленный на переосмысление реальности и установленных норм поведения. Обучающиеся учатся уважать других людей и их культурные, исторические, духовные ценности и традиции. Образовательная политика любого образовательного учреждения должна быть направлена на социально-культурное образование, которое не только меняет и обогащает студента как носителя национальной культуры, но также делает его духовно и эмоционально развитым. «Родное» и «иностранное» сближаются друг с другом. Это сближение не вредит национальному самосознанию, а помогает лучше оценить «родное» по сравнению с «чужим».

Реализация упомянутых выше условий может быть достигнута на практике путем создания коммуникативной атмосферы в аудитории, приближая ее к реальным условиям общения; использование текстовых и иллюстративных материалов, способствующих воспитанию терпимости и уважения к культуре, обычаям и образу жизни других народов.

Также важным является выполнение проблемных и творческих задач, которые способствуют развитию критического мышления с применением собственного опыта и лингвистических знаний.

Стоит также отметить, что информационная эра требует особого внимания образовательных учреждений к учебным планам гуманитарных дисциплин, поскольку интеллектуальная деятельность по генерированию и применению новых знаний обусловлена объектом восприятия. Процесс восприятия, в свою очередь, связан с овладением навыками речи.

Развитие многоязычных и поликультурных компетенций у студентов предполагает межкультурную интеграцию учебных дисциплин независимо от языка и предмета обучения, так как это развивает личность обучающегося.

Выводы. Таким образом, поликультурный подход к изучению языка в современном обществе в образовательных учреждениях должен содержать комплекс гуманитарных дисциплин, основанных на межкультурной интеграции, которая служит основой для развития личности многоязычного студента как объекта восприятия. Кроме того, формирование поликультурной личности предполагает взаимодействие индивида с разными формами и подходами в обучении и овладении языковыми, культурными и социокультурными компетенциями.

Список литературы

1. Баграмянц Н.Л. Роль и значение ролевых игр в формировании социокультурной компетенции студентов-экономистов // Современные теории и методы обучения иностранным языкам. – М.: Издательство «Экзамен», 2018. С. 38-39.

2. Исупова М.М. Обучение формам фиксации этикетных норм в англоязычной и русскоязычной деловой переписке // Английский язык в ВУЗе: современные тенденции в методике преподавания Сборник статей IV межвузовской конференции. 2016. С. 62-67.

**РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ
ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ
НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖМЕНТ**

***ПАНИНА Е.А.,
ст. преподаватель,
ИВАНОВА В.Э.,
преподаватель,
кафедра иностранных языков
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР***

Постановка проблемы в общем виде. Общение возникает ранее всех других психологических процессов и присутствует во всех видах деятельности. Оно оказывает непосредственное влияние как на речевое, так и на психологическое развитие обучающихся. Диалогическая форма общения является исходной формой коммуникативной речи, при которой происходит непосредственный обмен высказываниями - репликами между двумя партнерами. Для изучения иностранных языков в системе высшего образования необходимо подготавливать обучающихся к профессионально направленному общению, создавая ситуации характерные для их будущей профессиональной сферы. В данном случае иностранный язык является средством повышения коммуникативной компетенции и способствует личностно профессиональному развитию студентов, способных осуществлять деловые контакты с иноязычными партнерами.

Цель исследования: изучить психологические особенности диалогической речи, ее лингвистический компонент, структурные типы диалогических единств, реплицирование, методы и трудности при обучении

диалогической речи в условиях профессионально ориентированного обучения иностранным языкам в неязыковом вузе.

Изложение материалов основного исследования. Диалог является межличностным общением, в нем нет ни отправителя, ни получателя, а есть два коммуниканта. Каждый из партнеров становится то отправителем, то получателем в процессе обмена высказываниями. В живой диалогической речи обмен репликами происходит быстро и спонтанно, отсюда – недоговоренность, эллиптичность реплик, неподготовленность, восполняемые жестами, мимикой, словами - заменителями, экстралингвистической ситуацией. Именно говорение в диалогической форме создает наибольшие трудности, требуя максимального умственного и эмоционального напряжения со стороны учащихся. При общении речевое поведение одного партнера всегда зависит от речевого поведения другого (от темпа речи и артикуляционных особенностей). В связи с тем, что каждый из партнеров преследует свою цель в диалоге, то формирование диалогического текста развивается в соответствии с тактикой поведения каждого партнера.

Главной психологической особенностью диалогической речи является ситуативность, поскольку любой диалог развивается в определенной тематике. По характеру отношения к реальной действительности ситуации бывают реальными и воображаемыми, воссоздаваемые путем описания или путем моделирования обстоятельств с помощью различных аудиовизуальных средств. Важно, чтобы ситуации были жизненными и соответствовали умственному развитию обучающихся. Диалогическая речь всегда мотивирована. Мы всегда говорим по какой-то причине, с какой-то целью, которая определяется внешними и внутренними стимулами. Следовательно, необходимо создавать условия, при которых у студентов возникло бы желание выражать свои мысли, чувства, вызывать потребность говорить, а не просто воспроизводить чужие реплики. Это возможно при создании благоприятного психологического климата располагающего к высказываниям, доброжелательного отношения с

учителем и в коллективе, возможностью проявлять себя, заинтересованностью в выполнении предложенных заданий, стремлением выполнить эти задания хорошо. Преподавателю необходимо постоянно показывать учащимся их продвижение, их успехи.

Представляя иностранный язык как процесс, как новую форму общения преподаватель при установлении контакта на иностранном языке с группой или с отдельными студентами обучает построению простейших фраз, побуждая их к осуществлению коротких актов общения, которые являются элементами диалогической речи. Затем, по мере усвоения лексики и грамматических структур, преподаватель нацеливает обучаемых на построение все более расширенных реплик в рамках диалога. Обучаясь диалогу и способам построения расширенных реплик диалога (монолог в диалоге), студенты переходят к свободной беседе. Что является конечной целью обучения студентов-менеджеров. Поиск рациональных путей обучения диалогической речи на иностранном языке всегда волновал педагогов и методистов.

При составлении заданий для развития диалогической речи, преподаватель определяет тему диалога в соответствии с изучаемой темой программы. Например: 1. Составьте диалог с молодым преуспевающим предпринимателем о его карьере (Тема: “New business”, «Career»). 2. Поговорите о критериях успеха известной компании (“Company”). 3. Обсудите подготовку к организации рекламной кампании: запуск нового журнала “Health and Fitness” («Marketing», «Advertising»). Логическая структура диалога - это единство реплик, которые могут быть побуждающие (реплики – стимулы) и ответные (реплики-реакции). Реплика-стимул вызывается определенной ситуацией, которая касается обоих собеседников; выбор такой реплики зависит от самого говорящего и практически не ограничен. Он определяется ситуацией и речевым намерением того, кто начинает разговор. Тот, кто отвечает, наоборот, ограничен в выборе, так как его реплика должна быть логически увязана с репликой-стимулом. Ответная реплика может выражать согласие, несогласие,

содержать уточняющий вопрос, сожаление, радость, удивление и т. д. Методисты выделяют следующие основные структурные типы диалогических единств: вопрос – ответ, вопрос – встречный вопрос, сообщение – сообщение, сообщение – вопрос, побуждение – вопрос (или сообщение), вопрос (или сообщение) – побуждение.

Решая ситуационные задачи кейс-стади студенты составляют свои диалоги, в которых каждый собеседник получает свою задачу, выступая в роли менеджера, директора или сотрудника какого-либо отдела компании, пользуясь разнообразными формами общения, где отдельные диалогические единства должны быть логически связаны, что наряду с лексическим и грамматическим материалом, используемым говорящими, является важным критерием оценки качественно построенного диалога. Такие диалоги предполагают участие нескольких человек и могут быть следующими: обсуждение повестки дня собрания менеджеров; диалог – собеседование при приёме на работу; диалог – обсуждение актуальной проблемы в компании, диалог – спор о выборе лучшего кандидата и др. Четкое распределение речевых задач между участниками придаёт разговору остроту, мобилизует внимание при слушании реплик и заставляет напряженно думать при подготовке ответных высказываний. Задачей преподавателя является побудить обучающихся к такому диалогу, который приближался бы к естественному.

Трудности обучения диалогической речи на иностранном языке заключаются в уяснении структуры диалога сначала на родном, а затем на иностранном языке: здесь необходимо обучить связывать реплики в диалогические единства (методисты М.В. Ляховицкий, В.Л. Скалкин, С.Ф. Шатилов, называют это умением реплицировать); строить диалоги, представляющие собой завершённое коммуникативное единство (на уровне текста). Эти задачи методисты предлагают решать не последовательно, а параллельно, в рамках каждого учебного цикла (Unit), с учетом того, какая работа по овладению языковым материалом учебного цикла проводится на

данном этапе. Так, обучение реплицированию, которое подготавливает обучаемых к построению развернутых диалогов, следует совмещать с работой над формированием отдельных навыков, в частности, не на начальном этапе формирования лексико-грамматических навыков, а на более позднем этапе, когда обучающиеся овладевают речью, выходящей за рамки вопросно-ответных единств; когда учащиеся уже усвоили необходимый минимум речевых клише, прочитали один или несколько учебных текстов, факты из которых можно использовать для построения диалога. Построение же связных диалогов следует решать на текстовом и после текстовом этапах, когда учащиеся смогут строить развернутые диалогические высказывания продолжая при этом упражняться в реплицировании, чтобы не забывать, как строится естественный диалог.

Выводы. Таким образом, обучение диалогической речи состоит из таких этапов: 1) объяснение, что такое диалог и какова его структура; 2) подготовительные упражнения, обучающие реплицированию; 3) построение диалогов на основе тематических текстов в соответствии с заданной ситуацией по образцу и структурно-логической схеме; 3) построение диалогов на основе текстов, изучаемой темы с постепенным снятием опор; 4) построение диалогов на основе проблемной ситуации в компании с обсуждением поиска решений по ключевым вопросам (без опор). В практике обучения иностранному языку эти этапы целесообразно выполнять не один за другим, а накладывая их один на другой в рамках учебного цикла.

COMMUNICATIVE STRATEGIES OF TEACHING ENGLISH FOR PROFESSIONAL PURPOSES

ПРОКОПЕНКО Е.В.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

The overall strategy of teaching foreign languages is determined by the needs of modern society and the level of linguistic, psychological, pedagogical and related sciences development. This strategy is a communicative approach, which determines the practical purpose of teaching and learning foreign languages, namely: mastering foreign language, intercultural communication through the formation and development of skills and abilities of dialogical communication.

The aim of the study is to consider the specificity of the application of communicative strategies in teaching professionally oriented English.

It should be noted the features of the communicative approach to teaching foreign language dialogical communication, namely:

- * Language is seen as a means of communication.
- * Language is learned through personal activities of students. They are the main autonomous subjects of learning who possess cognitive and metacognitive strategies and techniques of language acquisition and foreign language communication and are responsible for their successes and failures.

Many scientists: V. A. Buchbinder, Yu. I. Passov, V. A. Skalkin, G. A. Rubinstein, E. P. Shubin, A. Hornby and many others were engaged in the issues of speech motivation and creation of educational communicative situations.

One of their proposed techniques is a role-playing game, which in the conditions of an economic university can take the form of a “case study”, which may consist of a

polylogue. Typical tasks are problem solving, role playing, simulation. Typical forms of interactivity are group and pair work. The role of the teacher in the learning process is changing. The teacher promotes, helps students to achieve autonomy in determining the goals and ways of learning a foreign language, to master speech, non-verbal means of communication, to gain important business communication skills, to gain additional knowledge on the problems of Economics, management, business practices. The attitude to mistakes is changing. They are inevitable and are seen as evidence of the learning process [2].

Dialogic speech is characterized by certain communicative, psychological and linguistic features, as it is the process of interaction between two or more participants of communication (polylogue). Therefore, within the speech act, each of the participants alternately acts as a listener and as a speaker.

Dialogical utterance, as well as monological, is characterized by reversibility. Communication usually takes place in direct contact of participants who are familiar with the conditions in which communication takes place. Dialogue involves visual perception of the interlocutor and a certain incompleteness of statements, which are supplemented by non-linguistic means of communication (facial expressions, gestures, eye contact, posture of the interlocutors). With their help, the speaker expresses his desires, doubts, assumptions. Therefore, these means cannot be ignored in teaching foreign language communication.

Depending on the leading communicative function that a particular dialogue performs, there are such functional types of dialogues as dialogue-inquiry, dialogue-contract, dialogue-exchange of opinions, dialogue-discussion [1].

Dialogue- inquiry can be one -sided or two-sided. In the first case, the initiative to request information belongs to only one partner, in the second - to each of them. Bilateral dialogue-questioning develops the initiative of both partners, characteristic of natural communication. One of the important skills that students must master from the first year of learning a foreign language is the ability to conduct a dialogue-agreement. Dialogue-agreement is used when the interlocutors decide on plans and

intentions. After mastering the dialogue-agreement, a mixed type of dialogue is taught: questioning-agreement.

Next in complexity is the dialogue-an exchange of opinions (views), which aims to set out its own vision of some object, event, phenomenon, when the interlocutors express their opinions, bring arguments to prove, agrees with the point of view of the partner or refute it. At the same time, the initiative of conversation is bilateral.

The most difficult to master is a dialogue- discussion , when the interlocutors seek to develop a solution, come to certain conclusions, convince each other of something. The main qualitative indicators of the formation of the general ability to conduct a dialogue in a foreign language are the following special skills:

- 1) the ability to start a dialogue, using the appropriate initiative replica (message, motivation, question);
- 2) the ability to respond quickly to the replica of the interlocutor, using replicas that have different communicative functions;
- 3) the ability to maintain a conversation, adding to the replica-reaction of his initiative replica;
- 4) the ability to stimulate the interlocutor to the statement, expressing the interest by means of replicas of estimated character;
- 5) the ability to produce dialogical unity of different types [1].

Thus, dialogical and polylogical communication considers lessons in a foreign language as a communication activity. This means abandoning the dominance of formal language exercises in favor of activity-and intellectually-oriented tasks that allow you to learn a foreign language as the main means of intercultural and professionally oriented communication.

Список литературы

1. Особенности диалогического вещания и его функции. [Электронный ресурс] - Режим доступа: allbest.ru/o-2c0b65625b3ad68a4d43b8852120
2. Щукин А. Н. Обучение иностранным языкам. Теория и практика. – М.: Филоматис, 2014.

SELF-EDUCATION AS A COMPONENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION TEACHERS

REVA A.O.,

Head of International Relations Department

Donetsk Academy of Management and Public Administration

under the Head of the Donetsk People's Republic,

Donetsk, the DPR

In the modern system of education, new demands to the results of the professional activity of higher educational institution teachers are being placed. Teachers should constantly enhance their skills, expand and improve their knowledge on the subjects taught, master advanced teaching technologies.

For a teacher of a higher educational institution, systematic and continuous pedagogical self-education is an essential condition for effective professional activity.

The continuous work on self-education of a modern university teacher becomes particularly relevant nowadays, when the importance of competences is growing, when life success increasingly depends on the level of professionalism and pedagogical skills, the ability to work productively, use the internal reserves of the personality, and maximize the capacity for creativity.

Society has always made and will make the highest demands on teachers. In order to teach others, they need to know more than anyone else. Teachers must know not only about subjects they teach and master the methodology of its teaching, but also have knowledge in the related scientific areas, various spheres of public life, understand present-day economic and political trends. They must constantly gain new knowledge, because the ideas about the world around deepen and change with every passing year. Teachers' ability to educate themselves is not formed alongside with getting a diploma. This ability is determined by the personal psychological characteristics and intellectual performance, as well as equally developed during the

work with sources of information, conducting analysis and self-assessment, monitoring one's own activity and the activities of colleagues. The necessity and importance of a teacher's self-education is dictated by the specificity of a teaching activity, its social role, on the one hand, and on the other hand, by the realities and trends of lifelong education, which is connected with constantly changing conditions of pedagogical work, society needs, science and practice evolution, and ever-increasing requirements to a person, his ability to quickly and adequately respond to changing social processes, his readiness to reorganize his work, skilfully solve complex tasks, as well as the growing need for a teacher's self-realisation.

The development of any educational institution, the improvement of the quality of training and education directly depend on the level of teacher training. It is indisputable that the level of training should be constantly improved through taking professional training courses, participating in conferences, seminars, workshops, contests, etc. Without self-education the idea of personal and professional development of a teacher is not feasible. In the teacher's training system it is important to form an individual teaching style, which is developed in the process of gaining experience of creative activity and depends on the conditions of a constantly changing educational environment. An individual work style presupposes the development of a teacher's own way of thinking, is expressed in the ability to analyse the conditions of the educational environment and foresee the consequences of its changes, evaluate personal intellectual resources, predict the results of the activity, identify nowadays society needs and design a flexible model of the own educational route in accordance with the future needs of the society.

However, no matter how high a teacher's capacity for self-education is, this process is not always implemented in practice. The reasons that are mostly articulated by teachers are the following: lack of time, lack of information sources, lack of incentives and motivation, etc. What then should encourage teachers to improve themselves and feel the need for self-development and self-education?

It is impossible to teach creativity, but it is possible to encourage teachers to take several confident steps in their professional development. It is necessary to create conditions that will help teachers get involved in the process, and for some of them it will become a way of life.

The following motives may drive teachers to educate themselves:

- necessity to search and analyse new information;
- wish to create (work should be interesting and enjoyable);
- compliance with modern requirements;
- competition;
- public opinion;
- interest in one's own work.

There are various forms of organising the process of teachers' self-education: additional qualification (obtaining one more university degree); training courses, internship (full-time, part-time, distance); group self-education (the work of methodological associations, creative groups, attending and analysing the lessons of colleagues, participating in conferences, seminars, workshops, etc.); individual self-education (reviewing scientific literature, making research, compiling the best practices and one's own practical activities, attending libraries, etc.).

Teachers of the Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic are provided with all the above-mentioned forms for their effective self-education. In particular, the Academy offers an opportunity for its teaching staff to take training courses in educational institutions of higher education of the Russian Federation.

It should be noted that any activity is pointless if no product is created as a result of it, or if there are no achievements. The result of the effective self-education is first of all a well-organised teaching and educational process and a teacher's professional development. Thus, self-education is a complicated lifelong process, which requires will, character, constant work and a lot of efforts.

Mastering the basic methods and technologies of professional self-education will help teachers to productively develop their pedagogical skills, improve their professional competence as well as increase the prestige of an educational institution.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛЕНГА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

СЕРЕДА В.В.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В методике обучения иностранным языкам проблема использования молодежного сленга является малоизученной. Действительно, необходимость усвоения, в первую очередь, наиболее употребительных слов при обучении иноязычной лексике очевидна. Тем не менее, если субъект обучения рассматривать как поликультурную языковую личность в процессе обучения иностранному языку, то в лингвистический компонент содержания обучения с целью развития познавательной активности целесообразно включать речевые структуры, содержащие сленговые выражения.

По мнению Роберта Гарднера: «Мотивацию к изучению языка можно разделить на интегративную и инструментальную. Инструментальная мотивация связана с функциональным использованием языка как инструмента для достижения определенных целей. Интегративная мотивация – это желание человека стать частью иноязычной культуры, «интегрировать в нее», овладеть иностранным языком с целью свободного общения с носителями языка, получения определенного статуса в обществе». Положительное влияние сленга

на мотивацию заключается в том, что он предлагает как релевантность, так и аутентичность. То есть если обучающиеся чувствуют, что-то, что они изучают, имеет отношение к их повседневной жизни, и они могут использовать его при общении с носителями языка, они будут более мотивированы на учебу [1].

Изучение сленга может быть мотиватором, потому что он отражает то, к чему хотят быть причастны сами студенты. Это более красочная и выразительная лексика – в гораздо большей степени, чем формальный язык – так и напрашивается на постоянное употребление в речи. Она привлекает умы через юмор, сарказм и некоторый цинизм. Исследования показывают, что, если обучающиеся находят обучение веселым и интересным, то они скорее всего добьются успеха, и у них больше шансов запомнить то, что они изучают. Оптимальное обучение происходит при наличии положительного отношения, так как отрицательные эмоции приводят к сильному аффективному фильтру, который может служить препятствием на пути к обучению [2, с. 78].

Важно отметить основные причины, по которым важно изучать сленг. Во-первых, сленг употребляют люди разных слоев населения в том числе и образованные люди, сленговые единицы могут встречаться не только в устной коммуникации но и в художественной литературе, и в средствах массовой информации в периодических изданиях, в газетах и журналах, а также на сцене, и даже в рекламе. Сленговая лексика стала более повседневной. Еще несколько лет назад речь сотрудников общественного телерадиовещания довольно строго подчинялась правилам языка, но в данный момент в том числе и в СМИ во всю применяются сленгизмы.

Во-вторых, сленг может помочь нам воспринимать все сферы деятельности общества, его культуру. Важно воспринимать речь всевозможных общественных групп, их поведение, в особенности если человек желает стать частью какой-то определенной группы. В-третьих, сленгизмы являются результатом науки и информационных технологий [3].

Обычно при обучении лексике следуют определенной последовательности: ознакомление с новой лексикой в рамках какой-либо разговорной темы, разъяснение ее смысла, выполнение всевозможных упражнений и практическое употребление в речи [1]. Считается, что после выполнения целого комплекса упражнений лексический навык является сформированным: обучающиеся усвоили новые слова, научились их распознавать и могут применять. В действительности основная масса слов забывается незамедлительно же, как завершено изучение темы, в следствие этого можно подойти к обучению лексике с иной стороны. Специалистами по психологии подтверждено, что стилистически сниженная лексика запоминается лучше, чем обычная и быстрее всплывает в памяти в конкретной ситуации. В связи с этим, возникает вопрос о возможности изучения сленга параллельно с общелитературной лексикой [2]. Есть несколько основных способов знакомства со сленговой лексикой, которые не оставят обучающихся незаинтересованными. Рассмотрим некоторые эффективные способы, чтобы выучить популярные сленговые выражения:

- Просмотр фильмов, сериалов, видеороликов. Эффективным и интересным способом узнать некоторые неофициальные выражения является просмотр отрывков из популярных сериалов и фильмов. Через них можно узнать не только выражения, но и то, как они применяются. Можно организовать просмотр различных фильмов на иностранном языке и выявление в них нестандартных лексических единиц самими обучающимися или с помощью заданий, разработанных преподавателем. Для введения сленговых слов также уместно использовать видео и аудио материалы на иностранном языке, разработать к ним задания на нахождение соответствующей лексики. Возможны варианты заданий на сопоставление иностранных сленгизмов с толкованием на иностранном языке, например, прочитав и сопоставить термины с их описанием.

- Ролевая игра. После того, как обучающиеся выучили несколько слов из сленговой лексики, пусть они применяют то, что они узнали, принимая участие в ролевых играх. Упражнение, которое можно использовать включает в себя написание трех сленговых слов на доске и составление диалога на основании этих слов. Помимо этого, увлекательным и познавательным будет выполнение упражнений на нахождение русских эквивалентов иностранных сленгизмов. Так же, можно сделать задание на определение вида оценки изучаемой лексики сленга (позитивная, нейтральная, негативная) и ее эмоционально-оценочные компоненты (шутливый, пренебрежительный, презрительный и т.д.) [4].

- Музыка. Обучающиеся должны постараться привыкнуть воспринимать на слух сленговые термины, применяемые в определенных специфичных контекстах. Необходимо, чтобы они слушали и анализировали неофициальные выражения, используемые носителями. Немаловажно для обучающихся услышать случайные разговоры в их естественном ритме и темпе, например, в аудиофайлах, так им будет еще проще использовать некоторые сленговые слова [5]. Например, можно предложить обучающимся выбрать песню на иностранном языке и сделать замену некоторых слов на сленгизмы. Задание может быть выполнено как индивидуально, так и коллективно.

Разработка таких занятий интересна и полезна для преподавателя: нужно быть в курсе изменений в языке, изучать новейшую литературу, современные словари, поддерживать связь с носителями языка, разрабатывать необычные задания для тренировки и закрепления такой лексики, нужно избегать вульгарных слов и возникновения неприятных ситуаций во время занятий, а, кроме того, постоянно проводить параллель между нестандартной и стандартной лексикой, потому что стандартная лексика будет полезна обучающимся в дальнейшем [4].

При грамотном привлечении аутентичных материалов и построении занятий по иностранному языку можно заметить повышение мотивации изучения иностранного языка, увлеченности употребления иностранного языка

в разговоре и активности на занятии. Но все же стоит отметить необходимость контроля и внимания к подобного рода языковому явлению, поскольку сленговые выражения являются непосредственно атрибутом разговорной речи и не всегда могут иметь место в академической обстановке.

Список литературы

1. Пассов Е. И., Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению / Е. И. Пассов. - Москва: Рус. яз., 1989. 276 с.
2. Ерофеева А.В., Развитие эмоционального интеллекта студентов в процессе изучения иностранного языка в лингвистическом вузе / Ерофеева А.В. // Инновационные технологии современного учебного процесса: стратегия, задачи, внедрение. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. Н. Новгород: НГТУ, 2011. С. 283- 286.
3. Степанова Е. А., К вопросу о необходимости изучения сленга при обучении диалогу на уроках по английскому языку в старшей школе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 1986–1990. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/970724.htm>.
4. Агапова О.В., Обучение лексике английского военного сленга // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/07/84004> (дата обращения: 25.03.2019).
5. Гебель С.Ф., Использование песни на уроке иностранного языка // Иностранные языки в школе. 2009. №5. С. 28-30

ТРЕНИНГ ПРОТИВОСТОЯНИЯ ГРУППОВОМУ ДАВЛЕНИЮ В ГРУППЕ КУРСАНТОВ ВОЕННЫХ УЧИЛИЩ

СИТНОВА И.В.,

канд. соц. наук, доцент,

кафедра управление персоналом

ГОУ ВПО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище»,

г.Донецк, ДНР;

ПАНИНА Е.А.,

ст. преподаватель,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Целью тренинга противостояния групповому воздействию является создание у военнослужащих такого психологического ресурса, который позволил бы им действовать в бою, как в знакомой среде: быстро обнаруживать происходящие события, выявлять угрожающие тенденции, своевременно и правильно реагировать на них, сохранять необходимый уровень боеспособности и активности в обстановке действия психотравмирующих факторов. Цель стрессовых воздействий в социально-психологическом тренинге – формирование психологической устойчивости – знание о различных видах опасности, характерных для современного боя, о закономерностях реагирования человека на них, адаптированность к визуальным, аудиальным, кинестетическим стимулам в боевой обстановке, формировать способность управлять стрессами и энергетикой организма.

Техники противостояния групповому давлению включают в себя четыре типа: манипулирование посредством влияния (прямое воздействие); манипулирование путём изменения отношения (между индивидами в группе);

манипулирование порядком значимости; воздействие на бессознательное. Стратегией проведения тренинга противостояния групповому давлению в группе является конфликтно-агрессивные и манипуляторные формы взаимодействия, которые включают: во-первых, работу с состояниями: страхом, вины, стыдом, обидой, во-вторых, работу по формированию устойчивости к стрессу; в-третьих, работу с манипулятивными техниками и противостояние чужому влиянию [1].

Процесс адаптации воина к изменяющимся условиям боевой обстановки, по-разному воспринимается участниками тренинга. Один человек, пережив погружение и проживание стресса, улучшает результаты своей деятельности, другой, наоборот, снижает показатели, даже при незначительном волнении. Можно утверждать, что в основе этого различия лежит разный уровень психологической устойчивости людей. Компонентами психологической устойчивости действий являются: мотивационный, когнитивный, эмоционально-волевой и регулятивный факторы [2].

При организации психологической подготовки необходимо учитывать особенности стрессового воздействия: оценку типа нервной системы и уровня стрессоустойчивости; отбор военнослужащих с равной стрессовой устойчивостью для проведения специальных тренировок; анализ причин различных видов страха и стресс-факторов для каждой группы воинов; обеспечение эффективности адаптации воинов к различным видам стресса; моделирование стрессовых ситуаций современного боя и его элементов; активное убеждение и внушение в целях уяснения причин страха, его симптомов и способов борьбы; создание в процессе психологической подготовки таких условий, в которых коллектив поверил бы в реальную угрозу и был в полной безопасности независимо от силы стресс-фактора.

Методологию формирования психологической устойчивости к стрессовым воздействиям в группе курсантов военных училищ можно разделить на несколько уровней: общую, специальную и целевую [3].

Общая психологическая подготовка проводится с военнослужащими на протяжении всей воинской службы на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях и направлена на формирование психологической устойчивости военнослужащего к стресс-факторам. Стресс-факторами являются комплексные качества личности, включающие компоненты когнитивного, мотивационного, эмоционально-волевого, оперативного и регулятивного уровня.

Методами формирования устойчивости к стрессу в социально-психологическом тренинге в группе курсантов являются:

Метод стрессовых воздействий – это комплекс приемов и средств, с помощью которых преподаватель создает у воинов эмоциональную и физическую напряженность различной степени в целях формирования сильной воли. Он расширяет возможности психологической подготовки личности и коллектива. Данный метод предполагает формирование у воинов волевых качеств в условиях постепенного увеличения напряжения от гипо-стресса до гипер-стресса. Метод стрессового воздействия в социально-психологическом тренинге является сильнейшим фактором повышения психологической надёжности воинского коллектива в том случае, если преподаватель-тренер соблюдает условия: знает уровень стрессоустойчивости каждого воина, умело организует специальные занятия; создаёт эмоциональное напряжение, постепенно повышая уровень стресса – от гипостресса до гиперстресса; организует тщательную страховку воинов, подвергающихся особой опасности; включает в метод различные приемы и элементы стрессового воздействия, которые могут встретиться в современном бою; в процессе занятия предусматривает возможность появления негативных межличностных влияний и не допускает их распространения в коллективе [4].

2. Методы создания психологической и физической напряжённости в процессе боевой учёбы включают:

1) моделирование факторов неопределённости, внезапности, которые являются формой психологической подготовки с целью систематически формировать аппарат стрессового реагирования курсанта на неблагоприятные факторы боевой обстановки;

2) закрепление полученных способов действия;

3) формирование гибкости при выборе альтернативных моделей поведения в ситуации эмоционального напряжения.

Иногда стресс снимается громким проговариванием (комментированием) и криком. Проговаривания (комментирования) вслух военнослужащими своих действий необходимо осуществлять параллельно с их выполнением, поскольку речь при стрессе служит источником информации о том, как воин адаптируется к стрессу, служит важным средством повышения психологической надёжности, способствует улучшению самоконтроля и отвлечения внимания воина от источника страха.

3. Метод аварийных ситуаций – система приемов и средств, моделирующих деятельность коллектива в сложных ситуациях (отказы технических устройств, неисправности средств связи и электропитания, аварии и предпосылки к авариям).

4. Моделирование аварии осуществляется с помощью технических и физических устройств, а также вычислительной техники. Этот процесс позволяет представить любую реальную ситуацию и определить оптимальные способы действий в ней отдельных специалистов и воинских коллективов.

5. Ролевая игра – это фрагмент метода социально-психологического тренинга, где каждому из участвующих предлагается исполнить роль в соответствии с его собственными представлениями о характере и манере поведения персонажа, а также о ситуации, которую предлагается разыграть.

В методе варварского воздействия на партнёра используются техники, повышающие напряжение: перебивание партнёра, игнорирование эмоционального состояния партнёра; подчёркивание различий между собой и

партнёром; преуменьшение вклада в общее дело и преувеличение своего; демонстрация незаинтересованности в проблеме партнёра; принижение партнёра; негативная оценка личности партнёра; оттягивание момента признания своей неправоты или отрицание ее; поиск виноватых и обвинение партнёра; переход на «личности»; обострение темпа речи.

Мягкое нарушение - нарушитель придвигается к субъекту ближе, чем это удобно для субъекта; чувствительное нарушение - нарушитель берет какой либо предмет, принадлежащий субъекту, и начинает рассматривать его, разбирать и собирать, использовать его или «играть» с ним (например, писать его ручкой или вертеть ее в руках); жёсткое нарушение - нарушитель занимает место субъекта за столом, начинает работать за компьютером хозяина и др.; нестерпимое нарушение - нарушитель садится на стол субъекта, складывает свои грязные вещи на его стол, пачкает вещи, лежащие на столе и др.

Психологические техники выхода из конфликтной ситуации: мониторинг эмоций, психологическое самбо, информационный диалог, конструктивная критика, цивилизационная конфронтация, разрыв отношений и переход к цивилизационному взаимодействию или к сознательной капитуляции.

Алгоритм психологической самообороны:

- 1) пауза, выдержка и совладение с эмоциями;
- 2) взгляд, установление позитивного контакта глаз;
- 3) согласие;
- 4) вопрос, формулирование проблемы;
- 5) сообщение или предложение;
- 6) переход к цивилизационному обсуждению по существу.

Техники «психологического самбо»: техника бесконечного уточнения; техника внешнего согласия («наведение тумана»); техника испорченной пластинки; техника английского профессора; техника информационного диалога; цивилизационная конфронтация; энергетическая мобилизация; творчество; уклонение.

Выводы. Таким образом, психологическая готовность курсанта к стрессовым воздействиям представляет собой систему взаимосвязанных мероприятий, направленных на формирование психологических качеств, обеспечивающих их психологическую готовность к активным и эффективным действиям в условиях стресса и их устойчивость к воздействию современных средств борьбы.

Список литературы

1. Барабанщиков А.В. Основы военной психологии и педагогики: учебное пособие для студентов пед. институтов по специальности № 21 / В.П. Давыдов, Н.Ф. Феденко. – М.: Просвещение, 1988. – С.7.
2. Иванов В.П. Формирование личности офицера / В.П. Иванов. – М.: Воен-издат, 1986. – С. 97.
3. Культура взаимоотношений военнослужащих. Учебно-методическое пособие / под редакцией Н.В. Карасёва. – М.: Военное издательство, 1990. – С. 112.
4. Снедков Е.В. Боевая психологическая травма: автореферат дис. д-ра мед наук / Снедков Е.В. – СПб, 1997. – С. 32.

ПОДГОТОВКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

УСАЧЕВА Г.М.,

канд. пед. наук, доцент, доцент,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР;

УСАЧЕВ В.А.,

канд. философских наук, доцент,

кафедра иностранных языков

ГО ВПО «Донецкий Национальный Университет Экономики и Торговли

имени Михаила Туган-Барановского»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Управлять персоналом предприятия или организации, значит держать руку на пульсе деятельности всей организации, быть в курсе дел в вопросах кадрового планирования, кадровой политики и обучения персонала, решения конфликтных ситуаций, мотиваций и эффективного использования всего потенциала организации для достижения поставленных долгосрочных и ближайших целей. Управление персоналом является деятельностью руководства по складыванию системы слаженности и направления работы сотрудников к уровню, способствующему достижению конкретных целей и эффективному функционированию организации. Чтобы достичь высокого управленческого уровня в век стремительного развития технологий и техники в системе образования требуется подготовка специалистов, способных творчески подходить к решению поставленных задач, имеющих самообладание и склонность к ориентированию в условиях стрессовых напряжений и неустойчивости, способных решать возникающие проблемы без потерь и отрыва от курса,

поставленного руководством [2, с. 25]. Поэтому в условиях современности, формирование личности специалиста, имеющего высокую квалификацию и наделенного ответственностью за поставленные задачи, требует более высоких требований к системе высшего образования, призванную обеспечить наши организации и предприятия подготовленными специалистами с соответствующим уровнем подготовки. Обеспечение данных приоритетов является одним из важнейших объективных факторов экономического роста и развития нашей экономики.

Цель исследования. Обеспечение возможностей обучения и подготовки высококвалифицированных специалистов управленцев в различных областях экономики и является целью данной статьи, так как процесс обучения, применения умений и знаний для достижения поставленных целей и приобретения опыта и есть наиболее сложным и затратоемким из всех уровней поднятия квалификации.

Изложение материалов основного исследования. Быть высококвалифицированным специалистом значит быть не только хорошо подготовленным, но и уметь вести работу на различных уровнях и с различными партнерами, как отечественным, так и с представителями зарубежных стран, уметь вести деловое общение на иностранных языках, то есть выполнять все поставленные задачи и соответствовать всем требованиям, предъявляемым к управленческим кадрам в условиях современных вызовов. Деловое общение, без которого не обходится ни одно заключение деловых сделок и заключение контрактов, требует от специалистов умения и знания иностранных языков, обучение которых является приоритетным при подготовке специалистов в области управления [6, с. 97]. Разработка различных методик обучения иностранным языкам, особенно связанным с экономической сферой деятельности, должна стать направляющей при обучении будущих специалистов.

В чем заключается суть коммуникативных особенностей делового общения, так необходимых для будущих специалистов в области управления персоналом. Прежде всего, это, конечно же, личностно-ориентированный подход, подразумевающий и знание способностей и возможностей каждого сотрудника, и способности данного специалиста ориентироваться на творческое выражение и самоутверждение в ходе работы, и создание психологической атмосферы, благоприятствующей для работы, а также создание определенных условий для поднятия мотивации профессиональной и исследовательской работы управленца, продвижения его по карьерной лестнице [5, с. 280].

Принятое понятие управленца в современном мире понимается как общность коммуникативных, управленческих, творческих и новаторских процессов, которые в большой степени вероятности являющихся основой всей созидательной деятельности коллектива. Для получения качественного образования студентам необходимо помимо традиционных методик обучения, свойственным нашим сегодняшним вузам, применять новаторские формы обучения, активно участвовать в семинарах и диспутах, круглых столах и на дискуссиях, принимать участие в научной работе, на конференциях, а также с желанием студентов участвовать в олимпиадах различных уровней. Приблизить современную систему подготовки управленческих кадров, которая отвечает современным требованиям развития, даже в моменты рецессии, а также роста экономики, можно только при условии применения новых новаторских методик обучения и интеграции образования и производственной сферы, инновационных форм обучения и тренингов в подготовки кадров управления организаций и предприятий. В учебных заведениях необходимо находить возможность выделять часы учебной и информационной нагрузки и отдавать предпочтение дисциплинам, даже с традиционными методами преподавания, реализующими профессиональную направленность, решающие прикладные задачи, направленные конкретно на профессиональную подготовку

будущих специалистов, что привлечет заинтересованность в процессе обучения и активное участие студентов в нем [3, с. 68]. Для подготовки современных специалистов в области управления кадрами в вузах в настоящее время применяются различные технологии, призванные повысить профессиональные способности и компетентность будущих специалистов. Среди таких технологий можно назвать технологию развития критического мышления, которая формирует у студентов интеллектуальные качества, вооружает их способами работы с информацией, методами организации обучения, проектирует собственное образовательное направление в приобретении знаний. Игровая технология, как вид активного социально-психологического обучения, организует процесс обучения в форме разнообразных педагогических игр, обладающих четкой поставленной целью обучения и соответствующим ей результатом, которые могут быть обоснованы конкретной учебно-познавательной направленностью. Применяемая технология модульного обучения ориентируется на всестороннем развитии студента, позволяя сократить учебный процесс без ущерба для полноты изложения материала. Данное обучение возникло как альтернатива традиционной форме обучения. Наиболее часто в языковой подготовке будущих специалистов применяется кейс-технология, которая включает в себе ряд отдельных учебных ситуаций, которые специально разработаны на базе фактического учебного материала для дальнейшей работы с ним в ходе проведения занятия. Как правило, кейс-метод содержит в себе не только какое-то описание, но и строится на основе определенных фактах, с которыми необходимо работать студентам в группе в ходе занятия. Провести кейс-метод, значит проанализировать предложенную студентам задачу и найти оптимальное ей решение. Главной задачей кейс-метода является мотивация студентов на инициативу и творческое мышление, мотивация на самостоятельную работу с предложенной информацией, на принятие самостоятельного решения. Важное значение в данном методе придается совместному творчеству преподавателя и студентов, на выработку

совместного решения, его обсуждения и принятия. Еще одним методом, применяемым в обучении студентов в современных условиях обучения является технология интегрированного обучения, подразумевающая слияние в одном учебном материале обобщенных знаний, формирующих метапредметные навыки студентов. Данные практические занятия развивают студенческий потенциал, побуждают к нахождению причинно-следственных связей, а также к развитию логического мышления и коммуникативных способностей. Занятия по такому методу всегда проходят нестандартно и интересно, стимулируя заинтересованность студентов, пробуждая их от ничегонеделания в ходе проведения учебного занятия, побуждая их принимать активное участие в учебном процессе. И еще одним методом, применяемым для обучения студентов, является технология группового обучения, которая подразумевает формирование навыков совместной деятельности студентов, активизации процесса обучения и интенсификации, что наиболее актуально в современных условиях вузовского обучения, всего процесса получения знаний. При этом реализуются основные условия коллективности, которые подразумевают распределение обязанностей в ходе занятия, осознание общей цели и взаимный контроль. В последнее время, в силу ряда сложившихся жизненных ситуаций, в учебном процессе стала применяться информационно-коммуникативная технология, подразумевающая дистанционное предоставление обучения, обеспечивающее проведение учебного процесса на расстоянии на основе использования современных телекоммуникационных технологий. Такая технология дает возможность большему количеству студентов знакомиться с содержанием лекций и учебных материалов. Предоставляемые видео и информационные записи могут использоваться как в домашних условиях, так и в специально оборудованных аудиториях. Данный метод обучения управленческих кадров наиболее широко используется в зарубежных вузах, и в последнее время активно внедряется в отечественной методике преподавания учебных дисциплин [4, с. 144]. Хочется подчеркнуть, что авторами

перечисленных методов обучения являются М. Д. Виноградова, Н. Е. Щуркова, В. К. Дьяченко, О. И. Агапова, Б. Хантер, О. А. Кривошеев, В. И. Гриценко и другие.

Как же повысить интерес студентов к процессу обучения? Прежде всего, необходимо активно внедрять интерактивные формы подачи информации. Преподавателям необходимо широко использовать лингафонное оборудование, а также компьютеры и проекторы для демонстрации на экране особенностей ведения делового общения на изучаемом иностранном языке, заключения контрактов и проведения деловых встреч, а также подачи языкового материала изучаемого языка, сопровождаемые профессиональными комментариями. Применение данного метода дает возможность во много раз увеличить информационную нагрузку, эффективность процесса обучения, в то же самое время, снизив эмоциональную и физическую напряженность студентов, привлекая их самостоятельной работе, что очень важно при изучении языков, к обсуждениям, дискуссиям, к активному участию в ходе получения знаний по изучаемым дисциплинам. Необходимо эффективно использовать потенциал обучающейся молодежи в период прохождения практик для адаптации их в реальных условиях работы предприятий и организаций для обучения решения конкретных задач. Нужно также учитывать в учебном процессе и активно использовать наработанный опыт представителей управленческих и производственных структур, который следует также тщательно изучать и анализировать для приобретения управленческого опыта работы. Нельзя исключать и использования опыта отечественной высшей школы, ее лучших традиций, которые нашли свое признание и за рубежом, но уже опираясь на реалии современности, решая проблему качественной подготовки специалистов управленцев. Несомненно, необходимо в значительной мере модернизировать учебные базы обучающих кафедр, оснатив их современными лингафонными устройствами, компьютерными классами, постоянно совершенствовать

учебные программы, отражая в них специфику и особенности, и направленности изучаемых дисциплин.

Выводы. Подводя итог сказанному, подчеркнем, что как традиционные, так и инновационные методики обучения в современных реалиях, поставленных самой жизнью должны находиться в постоянной взаимосвязи, дополняя друг друга, ставя своей целью выполнение всех заданных вузом задач для подготовки управленческих кадров, так как уровень всей экономики в стране весь научно-технический потенциал зависит от того, как будут применяться современные технологии, каким будет управленческий и обслуживающий персонал, какой будет степень интеграции их знаний, умения и опыта в свою экономику, ведь высокопрофессиональный специалист отличается от непрофессионального тем, что может плодотворно вести научные исследования или конструировать, вести переговоры и управлять предприятием, успешно и творчески жить и работать на благо общества [1, с. 97].

Список литературы

1. Князев Е. Н. Синергетическая парадигма. // Князев Е. Н. Синергетика образования. — М Прогресс-Традиция, 2007. — С. 382.
2. Лебедева Н., Татарко А. Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. - С. 25.
3. Лескина О. Н. Проблемы и перспективы развития человеческого интеллектуального капитала российского общества // Экономика и общество: проблемы и перспективы модернизации в России. Посвящается 95-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации / под общей редакцией В. В. Бондаренко, В. А. Дресвянникова, О. В. Лосевой. — Пенза: Издательство ПГУ, 2013. — С. 68.
4. Махмудов У. М., Узаков М. К. Современные информационные технологии в процессе подготовки и переподготовки специалистов // М.: Молодой ученый, 2016. — №9. — С. 144.

5. Аверин А. Н. Социальная политика и подготовка управленческих кадров: учебное пособие / А. Н. Аверин. - М.: Данисов и К, 2009. – С. 280.

6. Куркин Е.Б. Управление образованием в условиях рынка. – Новая школа, 1997. – С. 97.

**АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО -
ОРИЕНТИРОВАННОМУ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ
НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»**

ФЕДЧЕНКО Б.О.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В условиях процессов углубления интеграции и глобализации ситуация в сфере обучения студентов профессионально-ориентированному иностранному языку в образовательном учреждении высшего профессионального образования кардинально стала иной. В частности, рейтинг учебной дисциплины «Профессионально-ориентированный иностранный язык» значительно поднялся, а предпосылки, стимулирующие методические поиски соответствующих кафедр, приобретают всё более и более возрастающую актуальность. Ориентация на формирование у студентов направления подготовки «Юриспруденция» коммуникативной иноязычной компетенции как одной из важнейших ступеней, ведущих к достижению профессиональной компетентности будущих юристов, требует решения целого комплекса задач, связанных с оптимизацией учебного процесса, интенсификацией межпредметных связей.

Целенаправленные усилия преподавательского состава кафедры иностранных языков в высшей школе в конечном счете призваны содействовать формированию личности будущего специалиста, который получит надежную гарантию трудоустройства, эффективного осуществления служебных обязанностей, и, соответственно, возможности карьерного роста.

Многолетний опыт исследований, результаты которых подтверждены экспериментально, показывает, что высокая продуктивность отмечена у тех технологий, которые обеспечивают тесную увязку собственно языковой подготовки обучающихся со специальными учебными дисциплинами, ориентацию на личность обучающегося, наличие у него высокой мотивации, самостоятельности, ответственности и целеустремленности. Иными словами, преподаватель иностранного языка не может не осознавать необходимость включения социально-педагогического компонента в процесс обучения учебной дисциплине «Профессионально-ориентированный иностранный язык».

Цель исследования. Необходимо выявить позитивный интеллектуальный потенциал, образно говоря «потолок» творческих возможностей, заложенных в личности студентов и создавать на практических занятиях такую атмосферу, которая благоприятствовала бы их максимальной реализации. Эту целенаправленную деятельность преподавателя стоит рассматривать как участие в «профессионализация» личности обучающегося ещё в стенах образовательного учреждения, его становления как человека и специалиста.

Изложение материалов основного исследования. Безусловно, постановка вышеобозначенных целей ставит на повестку дня пути и средства их достижения. Особый акцент следует сделать на грамотный, оптимальный отбор содержания обучения применительно к чтению базовых текстов, введению и усвоению общей и специальной юридической терминологии, организации профессионально-ориентированного общения на иностранном языке. Не следует забывать, что в условиях дефицита учебного времени,

выделяемого на учебную дисциплину, подлинно профессионально-ориентированное обучение не в состоянии предусмотреть весь комплекс профессионального взаимодействия будущих юрисконсультов, судей, нотариусов, адвокатов, работников прокуратуры, правоохранительных органов и т.д., охватить в полном объеме всю предметную сферу правовой деятельности.

Важнейшее место в отборе и презентации учебного материала на практическом занятии принадлежит обучению особенностям стиля языка, обслуживающего сферу юриспруденции и допускающего неряшливости либо приблизительности изложения, точной интерпретации терминов. Например, исследователь М.М. Мушнина отмечает, что «юридический язык отличается от естественного языка тем, что он обслуживает особый тип общественного сознания и его особенность вытекает из особенностей самого права» [1, с.129].

Преподаватель, работающий в группах, где обучаются будущие специалисты в области права, должен представлять себе границы базового терминологического минимума, который, обучающиеся должны активно усвоить. При чтении различных юридических текстов следует обратить внимание на присутствие таких стилистических маркеров, как использование в документах архаизмов, слов и словосочетаний латинского происхождения как следствия влияния римского права в европейских странах, чрезвычайно развитую синонимию как отражение дифференциации и специализации отраслей права, в частности уголовного, гражданского и коммерческого, многовековой практики следствия, судопроизводства, института адвокатуры и нотариата в Великобритании и США. Более глубокое ознакомление обучающихся с функционирующими государственно-правовыми системами этих двух англоязычных стран, спецификой отправления правосудия, нормами различных отраслей права на практических занятиях по дисциплине «Профессионально-ориентированный иностранный язык» также призвано служить цели ее интеграции с профилирующими обще- и специально-

правовыми дисциплинами, получению дополнительных профессиональных знаний. В частности, автор работы привлекает внимание студентов данного направления на большое количество лексических единиц, лишь частично освоенных русским языком, но играющих исключительную роль в общественной жизни Соединённого Королевства, и отражающих традиционно важное место системы судебных и правоохранительных органов в стране (например: барристер, солиситор, фелония, мисдиминор, коронер, констебль, шериф и т.д.), богатые традиции детективного жанра в англо-американской художественной литературе и кинематографии (Э. По, А. Конан Дойл, А. Кристи, Г. Честертон, Э. Гарднер и другие). Драматизация судебного заседания из сценария художественного фильма «Свидетель обвинения» (США, по роману Агаты Кристи, производство 1957 года,) способствует развитию не только речевых умений обучающихся, но и расширению их представлений об искусстве аргументации и полемическом мастерстве, риторике и логике построения доказательства вины или невиновности.

На взгляд автора, диалектическое взаимодействие коммуникативной компетенции специалиста в сфере юриспруденции и его профессиональной компетентности достаточно точно отражено в определении, данном исследователем Н.В.Алонцевой. Она определяет ее как «способность специалиста осуществлять коммуникацию в процессе выполнения различных правовых действий и решения юридических задач на основе специально сформированных знаний и умений» [2].

Обращение к инновационным технологиям, разумеется, не должно иметь самодовлеющий характер, ибо проверенные временем традиционные методики могут оказаться более эффективными, хотя и менее эффектными. В конечном итоге, умелое сочетание инновационных и традиционных (кроме исчерпавших свой дидактический ресурс) методик призвано обеспечить приоритет формирования умений коммуникативного взаимодействия для решения профессионально значимых задач [3].

Выводы. В целом, исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что поиск, апробация и последующее внедрение методик обучения профессионально-ориентированному иностранному языку в сфере юридического образования и далее требуют как теоретического осмысления, так и дальнейших практических разработок со стороны научно-педагогической общественности Республики, РФ и других государств-членов СНГ.

Список литературы

1. Мушнина М.М. О правовой лингвистике в Германии и Австрии/М.М.Мушнина. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2437440/>
2. Алонцева Н.В. Обучение студентов-юристов учебно-профессиональной коммуникации на английском языке //Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. -2007.-С.64-67.
3. Еремеева Г.Р., Баранова А.Р., Мефодьева М.А. Профессионально-ориентированное обучение английскому языку студентов неязыковых специальностей //Казанский педагогический журнал, №2.-Казань:2016. -С.339-342.

ОБ ОДНОЙ ФОРМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ

ФОМИНА Т.А.,

канд. физ.-мат. наук, доцент,

кафедра высшей и прикладной математики

ГО ВПО «Донецкий Национальный Университет Экономики и

Торговли имени Михаила Туган-Барановского»,

г. Донецк, ДНР;

ДИДМАНИДЗЕ И.,

канд. физ.-мат. наук, профессор

Батумский государственный университет Шота Руставели,

г. Батуми, Грузия

Постановка проблемы в общем виде. Важнейшей задачей высшей школы всегда являлась задача обеспечения будущих специалистов необходимым объемом знаний. Однако постепенно функции высших учебных заведений расширяются. Появляется необходимость активизировать деятельность студентов в процессе обучения, научить их мыслить творчески, креативно и самостоятельно приобретать новые знания, необходимость в которых может и обязательно возникнет в процессе их профессиональной деятельности.

Проблемное обучение является одним из методов активного обучения, при котором активизируются процессы восприятия новых знаний, механизмы мышления и поведения обучаемого.

Одной из эффективных организационных форм проведения учебных занятий является бригадная форма, она в некоторых источниках также называется групповой, звеньевой, формой «малых групп». Особенно эта форма хорошо работает при организации проведения практических занятий. Суть ее состоит в том, что учебная группа разбивается на подгруппы (бригады), наиболее оптимальное количество четыре-пять человек в каждой, хорошо, если

при делении на подгруппы будут учитываться пожелания студентов. Каждая такая бригада представляет собой коллектив, которому предстоит совместно решать общие конкретные учебные задачи.

Бригадная форма работы студентов особенно эффективна при решении учебных проблем в условиях проблемной ситуации. С одной стороны, творческая работа индивидуализирует процесс поиска решения, так как каждый студент стремится найти это решение самостоятельно (такую установку дает преподаватель). С другой стороны, обсуждение проблемы, обмен мнениями, взаимопомощь оптимизируют процесс нахождения истины, то есть решения учебной проблемы.

Успешность работы при бригадной форме проведения практического занятия во многом зависит от правильного подбора состава бригад. При этом надо учитывать не только учебные возможности студентов, но и психологические факторы. Желательно, чтобы нерадивый студент попал в бригаду, в которой студенты отличаются трудолюбием, предъявляют высокие требования к себе и ко всем членам бригады. Атмосфера в бригаде должна быть рабочей, позитивной, настроенной на результат. Поэтому недисциплинированный студент, если таковой окажется в бригаде, должен будет подстраиваться и соответствовать большинству. В бригаде не должно быть негативно настроенных друг к другу студентов.

Методика формирования учебных бригад изложена в (1; 2; 3), причем по многим вопросам высказываются различные мнения. Укажем на некоторые из таких вопросов: «Должны ли быть одинаковыми по уровню интеллектуального развития бригады между собой и студенты внутри каждой бригады? Должен ли быть в бригаде лидер? Должен ли состав бригад быть неизменным или меняться, а если меняться, то как часто?».

Как показывает наша практика, после некоторого периода адаптации, в течение которого в бригадах возможны, а иногда и необходимы замены,

формируются оптимальные по составу бригады. Адаптированные бригады в таком составе должны работать, по крайней мере, в течение семестра.

Бригады должны быть примерно равными по уровню знаний и способностям. В противном случае предлагаемые для разрешения учебные проблемы должны быть дифференцированы, а это, конечно же, создает дополнительные большие трудности для преподавателя и практической реализации.

В каждой бригаде должен быть лидер (бригадир) из числа более сильных и активных студентов, способный координировать работу своей группы. Слабые студенты должны быть распределены по разным бригадам, так как совместная их деятельность неэффективна и обречена на поражение, а этого нельзя допустить. Ни один из студентов в процессе работы над решением задачи не должен потерять веру в себя, а, наоборот, должен приобрести веру в себя и в своих товарищей. Наш опыт показывает, что такие студенты получают более действенную помощь в бригаде, чем при фронтальной или индивидуальной форме занятий. При этом неоспоримым является тот факт, что если студент объясняет другому студенту решение проблемы, то это приносит пользу и объясняющему, поскольку при объяснении в значительной степени актуализируются и закрепляются его собственные знания. Кроме того, при объяснении студент часто обнаруживает ошибки, допущенные им при решении проблемы. Таким образом, в бригаде происходит активное «самообучение», что поднимает уровень знаний и мышления всех членов бригады.

Бригадная форма проведения практических занятий позволяет использовать различные методики организаций проблемного обучения. Опишем некоторые из них

Создается проблемная ситуация и формулируется учебная проблема. Преподаватель предлагает каждому студенту подумать над решением проблемы, а затем обсудить в бригадах возникшие гипотезы. После истечения отведенного на этот этап работы времени преподаватель назначает

представителей в каждой бригаде, которые докладывают результаты коллективной работы. Остальные студенты при необходимости дополняют ответ, предлагают свои способы решения проблем, задают вопросы. Преподаватель должен умело активизировать работу аудитории, стремясь к организации дискуссии.

Необходимо отметить, что назначение докладчика именно преподавателем имеет принципиальное значение, так как это заставляет каждого члена бригады, по крайней мере, хорошо разобраться в результатах проведенной бригадой работы.

Каждая бригада может получить и индивидуальное задание. В этом случае при анализе работы бригад, как правило, отсутствуют элементы дискуссии. Однако, в этом случае, положительным моментом является то, что при отчете представителей бригад студенты получают значительный объем информации при относительно небольшой затрате учебного времени.

Довольно часто, при решении учебной проблемы всей группой выдвигается целый ряд гипотез. В этом случае целесообразно предложить рассмотреть отдельные гипотезы различным бригадам, а затем заслушать их мнения и аргументы.

При бригадной форме организации проблемного обучения в аудитории, как правило, царит творческая атмосфера, все разговоры идут только о деле, в рассуждениях студентов наблюдается раскованность и непринужденность.

Бригадная форма проведения практического занятия позволяет осуществлять самооценку работы каждой бригады. В число оценочных критериев входят правильность хода решения проблемы, отсутствие или наличие ошибок, их количество и характер, способ решения, скорость выполнения задания. Все оценки должны аргументироваться, так что бригада, которая отчитывается о своей работе, имеет возможность сравнивать по каждому критерию свою самооценку с мнением остальных студентов, сделать

анализ причин расхождений. В конфликтных ситуациях решающее слово остается за преподавателем.

Взаимооценку работы бригад под контролем преподавателя следует использовать при организации соревнования между ними.

Наш опыт применения бригадной формы самостоятельной работы и анализа результатов позволяет сделать следующие выводы:

- 1) активизируется и интенсифицируется учебный процесс, в частности, самостоятельная работа студентов, развивается познавательная активность, интерес к учебе;
- 2) приобретаются навыки коллективной работы, формируется культура дискуссий и делового общения;
- 3) вырабатывается потребность оценивать свою работу и работу товарищей;
- 4) развивается чувство товарищества, взаимопонимание, формируется самостоятельность как качество личности.

Выводы. В заключении отметим, что любые формы организации практического занятия не являются универсальными, каждая из них имеет свои достоинства и недостатки. Мастерство преподавателя как раз и состоит в умелом и оптимальном сочетании различных форм (даже в рамках одного и того же занятия) в зависимости от поставленной цели.

Список литературы

1. Вергасов В. М. Проблемное обучение в высшей школе. - Киев: вища школа, 1977
2. Зотов Ю.Б. Организация урока. - М.: Просвещение, 1984
3. Карпеченков Н.Г., Михайловская Г.Н. Проведение семинаров по методу «малых групп».- Сб. Активные методы преподавания. Изд-во ЛГУ, 1999.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ

ЧЕРНУШИЧ А.Е.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Обучение иностранному языку в образовательном учреждении высшего профессионального образования сегодня сводится к тому, чтобы научить будущего специалиста самостоятельно приобретать знания, формировать познавательную мотивацию, а также использовать обновляющуюся информации в целях развития умений и совершенствования навыков.

Самостоятельная работа (СРС) – это определенным образом организованный и планируемый вид учебной работы, выполняемой по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Он предполагает изучение учебной и дополнительной литературы, умение отыскать в большом количестве информации и обработать важные на данный момент факты.

Для успешного выполнения самостоятельной работы необходимы планирование ее объемов учебных планах специальностей и контроль со стороны преподавателей.

Данный вид работы приобретает особое значение при заочной форме обучения иностранным языкам, т.к. заочное обучение имеет ряд особенностей и значительно отличается от очной формы. Для заочной формы обучения

характерен большой объем самостоятельных проработок студента, значительно превышающий объем аудиторных занятий с преподавателем, где учебный материал по дисциплине рассматривается в сжатом виде в условиях непосредственной работы преподавателя со студентом и с учетом ограниченного фактора времени.

Сегодня современные студенты заочной формы обучения в большинстве своем являются вчерашними школьниками, которые не имеют практического опыта совмещения работы на производстве и обучения в образовательном учреждении. Поэтому, учитывая особенности такого контингента обучающихся, актуальной становится, прежде всего, рациональная организация самостоятельной работы студентов в межсессионный период.

При организации работы со студентами заочной формы обучения необходимо учитывать следующие факторы: отсутствие достаточных навыков самостоятельной работы у студентов-заочников первого курса, а так же фактор удаленности от образовательной организации по территориальным признакам и ограниченная возможность получения консультаций преподавателя в непосредственном контакте.

Грамотная и эффективная организация самостоятельной работы предполагает использование опорных дидактических материалов, которые помогают корректировать и совершенствовать работу студентов и включают в себя:

1. Систему заданий для СРС.
2. Инструкции и методические указания к выполнению тренировочных упражнений.
3. Темы рефератов и докладов.
4. Списки основной и дополнительной литературы.

Для того чтобы помочь студенту правильно организовать самостоятельную работу в межсессионный период, следует научить студентов пользоваться литературными источниками, директивными документами, фактическим

материалом. Важно обратить внимание студента на необходимость начинать работу с тщательного подбора учебной литературы.

В случае затруднения, возникающего в процессе самостоятельного изучения материала, необходимо использовать возможность информационного контакта студента с преподавателем средствами электронной почты. Это создаст благоприятные условия сотрудничества преподавателя и студента и даст возможность задать возникшие вопросы по написанию и оформлению тестов, устранить появившиеся сомнения в правильности усвоения того или иного понятия, предоставить и обсудить качество выполнения заданий.

Режим интернет-связи преподавателя со студентами способствует эффективному сотрудничеству, быстрому формированию банка актуальных вопросов, что в конечном итоге помогает сделать данный вид работы менее трудоемким и более простым.

Следует помнить, что СРС носит деятельностный характер. Ее структура включает следующие компоненты: мотивационные звенья, постановку конкретной задачи, выбор способов выполнения, исполнительское звено и контроль. В связи с этим можно выделить условия, обеспечивающие успешное выполнение данной формы работы:

1. Мотивированность учебного задания.
2. Четкая постановка познавательных задач.
3. Алгоритм, метод работы, способы ее выполнения.
4. Определение форм отчетности, объема работы, сроков выполнения.
5. Виды консультационной помощи.
6. Критерии оценивания.
7. Виды и формы контроля.

Организация самостоятельной работы студентов по английскому языку в соответствии с данными рекомендациями, а также аудиторная работа под руководством преподавателя будут способствовать обеспечению уровня

языковой подготовки студентов, соответствующей требованиям ФГОС третьего поколения по дисциплине «Иностранный язык».

ТВОРЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ

ШКЛЯРИК В.В.,

учитель математики

МОУ «Средняя школа № 57 города Макеевки»,

г. Макеевка, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Общество всегда нуждалось в творческих людях. Они были «двигателями» развития науки, техники и социума. Раньше достаточно было, чтобы творческими были некоторые люди. Они стали выдающимися научно-культурными деятелями.

Сегодня же быть творческим – требование ко всем учащимся. Современное общество нуждается в людях мобильных, умеющих быстро ориентироваться в сложившейся ситуации, быстро и эффективно принимать решения, применять знания для решения житейских проблем. Большие перспективы по формированию творческого подхода для решения жизненных задач открывает метапредметная технология обучения. Подтверждением необходимости творческого мышления являются задания школьного курса математики, которые невозможно решить стандартными методами. Тесты для выпускников постоянно пересматриваются, и ежегодно появляется большее количество заданий, которые требуют умения творческого использования знаний и умений. Действительно, тест должен проверять умение мыслить, рассуждать. Это значит, что учитель должен уделять внимание не только формальному усвоению знаний, но и умению их творчески использовать. Необходимо усилить интеллектуальную составляющую процесса обучения.

Существует много возможностей, методик и конкретных приёмов. И.П. Подласный, сторонник продуктивной технологии обучения, рекомендует интенсификацию мышления учащихся во всём пространстве школьных программ. Нужно постоянно учить искать новые пути, способы выполнения действий, применяя имеющиеся знания. Возникает необходимость приостановки инертного мышления (склонность идти привычным путём, использовать обычные способы деятельности) и развивать гибкость мышления. Но нельзя совсем отказаться от инертного мышления, это хорошая привычка, которая спасает нас в разных ситуациях. Есть профессии, которые предполагают шаблонность деятельности, например, экономического направления.

Наука математика - классическая, лаконичная, строгая. Как творчество попадает на уроки математики? На самом деле, творчество присутствует на каждом уроке математики для тех учеников, которые эффективно работают. А. Ф. Есаулов распределяет задачи на два вида: задачи, рассчитанные на воспроизведение (опираются на память и внимание), и задачи, решение которых приводит к новой, неизвестной до этого мысли - это творческие задачи. На уроке должно быть место для обоих типов задач. Для развития творческих способностей в своей практике применяю нестандартные задачи, в том числе, требующие обычных действий, но имеющие непривычную формулировку. Также использую предметно-действенные задания, например, на сортировку и соответствие, на разрезание фигур, на изготовление моделей. Дети, склонные к способностям к изобразительному искусству, с большим интересом создают творческие изделия (фото 5), имеющие хороший почерк – делают таблицы, а те, кто увлекается компьютерными технологиями, успешно делают электронный наглядный материал, например, слайд презентации, иллюстрирующий решение сложной задачи.

Разработка творческих теоретических материалов достаточно часто требует длительного времени. Это обусловлено тем, что творческий процесс

имеет несколько этапов. Грэм Уоллес выделял четыре стадии творческого мышления:

- подготовка - формирование задачи; - попытки ее решить;
- инкубация - временное отвлечение от задачи (задача, которая попадает в сознание, решается бесконтрольно, «скрыто», когда нам кажется, что мы не думаем над задачей, мозг же продолжает работу);
- прояснение - появление интуитивного развязку (доказательством инкубации и прояснения случаи, когда нерешенная задача иногда появляется в памяти вместе с решением или вторая попытка решить сложный пример через несколько дней или времен оказывается более эффективной, чем первая);
- проверка - экзамен и (или) реализация решения.

Сегодня понятна необходимость подготовки учащихся к творческой деятельности. В связи с этим повышается роль школы в воспитании активных, инициативных, творчески мыслящих людей. Обобщенные приемы умственной деятельности делятся на 2 большие группы: приемы алгоритмического типа и эвристические. Эвристические приемы непосредственно стимулируют поиск развязку новых задач, открытия новых проблем, новых для субъекта знаний. В отличие от приемов алгоритмического типа, эвристические приемы опираются не на формально-логический, а на содержательный анализ проблем. Обучение учащихся правильным, рациональным приемам мышления, развитие умственных операций положительно влияют на самостоятельное продуктивное мышление. Такие приемы обеспечивают целостное восприятие, видение описанной ситуации. Тем самым облегчают протекание характерных для продуктивного мышления интуитивных процессов. Продуктивное мышление предполагает выход за пределы имеющихся знаний. Однако, именно эти знания - основа в открытии нового. Чтобы открывать новое, отворачиваясь от уже знакомого, необходимо владеть этим старым и иметь широкий объем знаний и развитое мышление.

Музыкальное, литературное творчество - понятие для всех понятно и плоды такого творчества являются музыкальными и литературными произведениями искусства. Математическое творчество - понятие неоднозначное. Выделяю три условия успешного выполнения математических творческих задач:

- интересность творческой задачи;
- полезность будущего продукта для себя или общества;
- конкретность задачи.

Не следует надеяться, что задача или проект, которым не заинтересован ученик, пригодятся для развития творческой личности. Такая работа будет выполнена без вдохновения, а самим учеником восприниматься как пустая трата времени.

Выводы. Перед тем, как дать задание, следует досконально продумать ожидаемый результат и объяснить требования к нему ученику. Например, полезным является создание таблиц, памяток, кроссвордов, моделей геометрических тел, шаблонов для быстрого построения графиков, наглядности в сложных задачах, составления стихов и сказок для усвоения понятий и теорем. Такие творческие работы помогут запомнить материал автору, углубиться в теоретический материал, творчески обработать и создать полезный продукт не только для себя, своего класса, но и младших учеников школы, которые смогут воспользоваться математическими произведениями в будущем.

Полезно воспитывать у учащихся настойчивость. Если не получилось сегодня, получится завтра. Каждая неудачная попытка - еще один шаг вперед.
(Т.Едисон)

ПЛЮРИЛИНГВИЗМ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ.

ЮХАНОВА А.В.,

канд. филол. наук, доцент, доцент,

ШАВРУКОВА Е.Е.,

ст. преподаватель,

кафедра иностранных языков

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время в методике обучения иностранным языкам чётко различаются две модели: плюрилингвальное обучение и традиционное. Наряду с термином «плюрилингвальное обучение» исследователи широко используют также «плюрилингвальное образование», «плюрилингвальная компетенция», «плюрилингвальная личность» и т.д.

При этом в ряде работ нередко наблюдается смешение таких понятий, как плюрилингвизм и мультилингвизм. В новом словаре методических терминов и понятий Э.Г. Азимова и А.Н. Щукина мультилингвизм определяется как «1. сосуществование в рамках ... отдельной страны множества языков. 2. распространённое в европейской системе образования положение, согласно которому современный человек должен владеть двумя языками, помимо родного». Дифиниция плюрилингвизма в данном словаре вообще не приводится. В то же время во второй части словарной статьи речь идёт о «положении», которое полностью соответствует принятой Советом Европы в 2002 г. в Барселоне языковой формуле 1+2, то есть, родной язык + два иностранных. Каждый ребёнок в Европейском Союзе в настоящее время

должен изучать два иностранных языка. В недалёком будущем каждый европеец должен будет владеть минимально двумя иностранными языками.

Сегодня в Европе проживает 450 миллионов человек, которые говорят более, чем на 60 языках, но почти половина из них говорит только на родном языке. Проведённый в Евросоюзе опрос населения показывает, что 56% его граждан могут общаться на одном, 28%- на двух, 11% владеют тремя или более иностранными языками. Но 44% граждан Европейского Союза не могут говорить ни на одном иностранном языке. В тоже время 83% европейцев признаёт большое значение иностранных языков в эпоху глобализации, особенно их бесспорную полезность в профессиональной деятельности. В соответствии с этим большинство европейцев хотят изучать «экономически значимые» языки, прежде всего английский, немецкий, испанский, французский.

В настоящее время концепция плюрилингвизма принята за основу языковой политики Европейского Союза и изложена в Европейской Хартии плюрилингвизма. Президент Европейской Обсерватории по плюрилингвизму Кристиан Тремблей считает, что современная «Европа, без сомнения, многоязычна (multilingual), но она станет настоящей Европой только тогда, когда будет плюриязычной». В своей статье «От мультилингвизма к плюрилингвизму» К. Тремблей детально излагает основные положения концепции плюрилингвизма и разграничивает его с мультилингвизмом. В соответствии с данной концепцией мультилингвизм определяется как сосуществование нескольких языков внутри одного общества, например, государства, в котором проживают носители разных языков. В данном случае каждый индивид этого общества может быть одноязычным, то есть не знать других языков и говорить только на родном языке. Плюрилингвизм означает использование нескольких языков одним индивидом. Таким образом, плюриязычное общество в большинстве своём состоит из индивидов, способных коммуницировать на нескольких языках. При этом не ставится

задача владения каждым языком на одинаковом уровне. Более значимым является умение гибко использовать весь языковой репертуар в зависимости от конкретной коммуникативной ситуации. Данный языковой багаж включает как родной, так и иностранные языки, количество которых может быть неограничено. В актах коммуникации реализуется не только способность говорения на нескольких языках, но и развивается особый тип мышления, включающий в себя культуру нескольких цивилизаций и, соответственно, открытый к диалогу культур. Современная молодёжь рассматривает плюрилингвизм как перспективное направление учебной и научной деятельности, поскольку специалисты-плюрилингвы наиболее востребованы на современном рынке труда.

В настоящее время трудно не заметить две противоположные тенденции в языковой политике: стремление к плюрилингвизму, с одной стороны, и доминирование одного языка (английского) в качестве *lingua franca*, с другой. Обратимся, например, к языку науки. Вряд ли кто-то будет отрицать главенствующую роль английского языка в сравнении с любым другим языком. Использование английского языка бесспорно способствует тому, чтобы научные труды и их результаты как можно быстрее становились известными всему мировому научному сообществу. В то же время только родной язык позволяет максимально точно выразить научные идеи. Не следует забывать, что язык – это не только средство коммуникации, но и способ особого видения мира, своеобразного мышления.

Французский лингвист Клод Ажеж в своих работах высказывает большое сомнение в эффективности существования единого языка науки и указывает на негативные последствия его гегемонии. О «гнёте» английского языка и, как следствие, угрозе единообразия формирования мысли говорят в своих публикациях также российские исследователи, выдвигая требование писать научные работы на государственном языке (Н.Н. Лыкова, И.В. Беляева, Т.Ю. Жихарева и др.). Европейская Хартия плюрилингвизма неоднозначно

высказывалась 1) против доминирования одного языка как языка науки и 2) за поощрение и поддержку государственных языков и применение их без каких-либо ограничений в научной деятельности.

«Злоупотребление *lingua franca* разрушительно и несовместимо с наукой», – отмечает Европейская Обсерватория по плюрилингвизму. В тоже время языковое разнообразие является необходимым условием полноценного развития научной мысли.

Выводы. К сожалению, основные положения плюрилингвального образования реализуются в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» далеко не в полном объёме и только на направлении подготовки «Туризм и гостиничная деятельность». Обучающиеся, начиная с 1 курса и до получения магистерского диплома, изучают немецкий язык как второй иностранный и овладевают им более осознанно, интенсивно, активно и в большей степени самостоятельно, так как у них уже сформированы основные языковые компетенции и знания в первом языке, которые они переносят на второй иностранный язык. При этом формируется качественно новая плюрилингвальная компетенция.

**СЕКЦИЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ УПРАВЛЕНИЯ**

Балабенко Е.В. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ ПУТЕМ ФАКТОРНО- РЕЗУЛЬТАТИВНОГО МЕТОДА	6
Балабенко Е.В., Бородацкая А.В. СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ЖИЛЬЯ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ	12
Балко М.В., Дяченко А.Ю. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	17
Балко М.В., Любчук Е.А. МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ	21
Балко М.В., Полозкова Е.В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА	25
Балко М.В., Полуднева Е.В. РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	28
Балко М.В. КОРПОРАТИВНЫЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ	34
Бычкова О.В. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ЗАО «ВНЕШТОРГСЕРВИС» ФИЛИАЛ №1 «ДОНЕЦКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	38
Бауэр А.В. АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	43
Гурий П.С., Барышникова Е.И. АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ И ВЫБОР ПРОТОТИПОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДНР	46
Гурий П.С. СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ДНР И ЗАПУСКА ПРОЦЕССОВ ЕЕ РАЗВИТИЯ В ЗАРАНЕЕ ЗАДАННЫЕ СРОКИ	51

Дедаева Л.М., Гончарова А.В. ВИДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	56
Дедаева Л.М., Тазетдинов Р.И. КАДРОВЫЙ КОНСАЛТИНГ В ПОДСИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ ТОП- МЕНЕДЖЕРОВ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	62
Дедаева Л.М., Яруничев А.И. КОНСАЛТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ	67
Докторова Н.П. МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ	71
Докторова Н.П., Калита К.Н. ЗАНЯТОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА	75
Докторова Н.П., Гончарова А.И. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ НАСЕЛЕНИЯ	79
Дорофиенко В.В., Пугачева К.Е. О НЕКОТОРЫХ ПОДХОДАХ К ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ В КОНТЕКСТЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	83
Зубков А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ	88
Иванов М.Ф., Седых Е.И., Романчак А.А. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОНИТОРИНГА И ОЦЕНКИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ НА МЕЗОУРОВНЕ	93
Кириенко О.Э., Полуднева Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	98
Кириенко О.Э. ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ	102
Климова П.А., Буцкая А.Ю. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ТРАНСПОРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	106
Козлов В.С., Аппиах В., Перетяцько Е.И. АНАЛИЗ ПОДХОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	110

Козлов В.С., Галенок К.С., Баранников А.Б. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	115
Козлов В.С., Коломоец В.Р., Куш И.Ю. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	121
Козлов В.С., Нечитайло Р.А., Харольский Д.С. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	126
Козлов В.С., Петров С.М., Салёный Ю.А. СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	133
Козлов В.С., Шереверов В.А., Черниченко Б.И. АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	137
Козлов В.С. НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ	142
Козлова Е.А., Козлов В.С., Аксенов А. ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	145
Концедал И.Н., Хорошилова Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ОРГАНА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ КАК ОБЪЕКТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ПРАВА	149
Коротченко О.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ	153
Кудратова Ю.К. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА	159
Куприянова И.А., Папазова Е.Н. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НЕПРИЗНАННЫХ ГОСУДАРСТВ	164
Лаврук Л.Г. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	167
Лоскутова В.В., Платова А.А. ОРГАНЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	170

Макущенко М.П. МУНИЦИПАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФУНКЦИЯ МЕСТНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	174
Мова Е.В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВХОДНЫХ ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА ЭКСПЕРТНО-СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	178
Мохова Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ ЮГА РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ИХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	184
Ободец Р.В., Пастушенко С.Я. PRODUCT PLACEMENT AS A UNIQUE ADVIRTINGISING TECHNOLOGY	189
Ободец Р.В., Проценко А.Ю. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ	193
Ободец Я.В., Лапаухова В.С. ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УСТРОЙСТВА ГОРОДА	197
Ободец Я.В., Москалёва О.Л. УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ГОРОДА	202
Ободец Я.В., Халепа А.С. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	208
Осипенко И.Н., Коростелева Р.В. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ	213
Попова И.В. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	217
Ромодан Ю.О. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В АПК	223
Стасюк Н.В., Соколова В.А. СФЕРА УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ КАК ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	226
Стасюк Н.В., Воронкин В.Г. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	230

Стасюк Н.В., Кононова Н.Р. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	235
Тарасова Е.В., Палий Т.А. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ	240
Терованесов М.Р., Душенко В.В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	245
Филипюк А.О. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ФОРМ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ЧЕРЕЗ КОРПОРАТИВНУЮ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	250
Фоменко Е.И. К ВОПРОСУ О СНИЖЕНИИ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРИРОСТА НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	253
Чернецкий В.Ю., Кравченко И.В. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ	256
Якимчак А.А. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	261

СЕКЦИЯ 2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОСНОВНЫХ ОТРАСЛЕЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА: ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Ангелова Д.С., Найдён А.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	265
Ангелова Д.С., Яковлев А.А. СТАРТАП КАК ФОРМА ФИНАНСОВОГО ПРОЕКТА: ОПЫТ США	270
Артёмова А.Ю., Иванов А.О., Дубров Ю.Ю. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	274

Артёмова А.Ю., Каракай А.В. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	279
Артёмова А.Ю., Пихиенко Р.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕМЕНТОВ КОНЦЕПЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ	283
Беганская И.Ю., Ивахненко А.А. КСО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА	287
Беганская И.Ю., Трощина М.В. ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО БРЕНДА ГОСУДАРСТВА КАК ПРЕДПОСЫЛКА ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА	291
Беленцов В.Н., Рязанов Р.А. ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	296
Беленцов В.Н., Матюхин А.А. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА СЕРТИФИКАЦИИ ТОВАРОВ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	300
Гончарова М.В., Щербань В.А. FUNCTIONAL APPROACH TO STRATEGIC MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IN REGION	304
Горбань В.В., Дузь А.Н. МЕХАНИЗМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	308
Дёмина Т.Н., Рыбалко А.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	312
Дибаров У.Р. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ	315
Koker J. STAATLICHE LENKUNG DES KLEINEN UND MITTLEREN BUSINESS IN DEN EU-LÄNDERN	319
Костровец Л.Б., Гнусарева В.А. ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИИ	322
Кравченко М.И., Марущак И.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЭД ПРЕДПРИЯТИЯ	327

Кравченко М.И., Касьяненко О.А., Вербенко К.С. РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ- СУБЪЕКТОВ ВЭД: ГОСУДАРСТВЕННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ	331
Крючкова К.А., Науменко С.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В ПРАКТИКЕ ЗАЩИТЫ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	336
Кулешова Л.В., Тагиров Т.А. ПОСРЕДНИЧЕСТВО В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОБОБЩЕНИЕ ПОДХОДОВ К ТРАКТОВАНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ	340
Кулешова Л.В., Кудря А.С. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ЭКОНОМИКИ	344
Кулешов А.Э., Меликова В.В. ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ В СОВРЕМЕННЫХ КОНКУРЕНТНЫХ УСЛОВИЯХ	349
Кулик Е. И., Еременко А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	354
Кулик Е.И., Чуканова А.А. СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ	359
Малик М.А., Сергеев Р.А. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК	363
Малик М.А., Шляханова Ю.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ-СУБЪЕКТА ВЭД	368
Малик М.А., Москвин И.Р. МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ	373
Малик М.А., Зеленский П.С. МЕХАНИЗМ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ВЭД	379
Малик М.А., Демиденко Ю.М. ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ	382
Малецкий А.В., Серкин Е.Е. ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ: НЕОБХОДИМОСТЬ И БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	388

Михайленко О.В. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОТРАСЛИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	392
Мишина Ю.А. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ	398
Можаровская П.П., Ким Я.Г. МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ДНР	401
Морозова В.К., Беганская И.Ю. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ	407
Науменко С.Н., Братухин О.И. СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СПОСОБСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	410
Науменко С.Н., Константинова В.А. ТАМОЖЕННАЯ СЛУЖБА В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	414
Науменко С.Н., Пьяных А.О. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ И ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	419
Науменко С.Н., Тесленко А.А. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СОБЫТИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	424
Науменко С.Н., Шаповал А.М., ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ В КРОССКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ	428
Николаева О.Н., Артебякина А.С. УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ-СУБЪЕКТАХ ВЭД В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	432
Николаева О.Н., Водяная А.С. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ И МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНТРАКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ	436
Николаева О.Н., Данилейко Е.И., Дзадзамия Т.Д. ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	442

Николаева О.Н., Сорока Д.М. ФОРМИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	446
Новоградская-Морская Н.А., Макарова О.В. CRM SYSTEMS AS THE BASIS OF MODERN BUSINESS CRM-СИСТЕМЫ КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА	450
Смелянская М.Е., Литвиненко Р.Р. СИСТЕМА АДАПТАЦИИ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ	453
Смелянская М.Е., Попов А.С. ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	457
Смелянская М.Е., Рынгач Е.Н. СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В АПК	460
Тарасов А.С., Луцко Ю.С. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	463
Тарасов А.С., Срибная А.Н. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО- ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ДНР	469
Терованесов М.Р., Гулякина Т.И. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ	474
Терованесов М.Р., Михеева Е.А. ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК	478
Тулупов Д.В. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И СПОСОБЫ ЕГО АДАПТАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	482
Христофорова И.В., Терованесов А.М. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ	487
Черная Л.В., Ларюхина А.А. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ	491
Черная Л.В., Широкогородов И.В. МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	496

Черная Л.В., Рустамов Р.Р. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ	501
Черная Л.В., Недзельский Р.И. PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ- СУБЪЕКТА ВЭД	507
Чернобаева С.В., Грабун В.С. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: ОПЫТ НЕПРИЗНАННЫХ ГОСУДАРСТВ	511
Черных О.Г. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	515
Яблонская Н.Г. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – КАТАЛИЗАТОР ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ	518
Яблонская Н.Г., Лагуткина Е.Г. СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	522
Яблонская Н.Г., Крыжановская А.Н. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	527
Яковенко А.Р., Беганская И.Ю. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ОБРАЗОВАНИЯ	533

СЕКЦИЯ 3. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРОЙ

Василенко Е.В., Рассоха А.Р. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ	538
Васильева К., Юрченко А.А. ЭТНОНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ АРМАВИРЕ	543
Голубничая С.Н., Палий Н.С., Ухова А.В. ТУРИЗМ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ В ДОНЕЦКЕ: АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	548

Гончарова Ю.М., Юрченко А.А. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МУЗЕЕ- ЗАПОВЕДНИКЕ «ХЕРСОНЕС ТАВРИЧЕСКИЙ»	553
Гусак А.С., Колесник В.В. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДНР	557
Гусаков Д.В., Еремина Е.А., Заднепровская Е.Л. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ «БЕЗБАРЬЕРНАЯ СРЕДА» НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО АЭРОПОРТА Г.КРАСНОДАР	562
Джабиев В.В. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЕЁ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	566
Дорофеева А. А., Новикова Н. И. СИСТЕМА КОНТРОЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	571
Дубровская Н.И. РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ	575
Заднепровская Е.Л., Асташов А.А. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ БРЕНДОВ КУБАНИ	579
Заднепровская Е.Л., Еремина Е.А., Бянкина О.Н. РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ ПЛЯЖНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	583
Заднепровская Е.Л., Джум Т.А., Лашин В.С. ОПЫТ БРЕНДИНГА ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	588
Ibragimova A.A., Dubrovskaya N.I. THE INCREASE OF TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC BASED ON ENVIRONMENTAL TENSION REDUCTION AND TRANSITION TO INNOVATIVE FORMS OF ELECTRIC TRANSPORT	592
Исламова А.А., Овчаренко Л.А. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	596
Иткина А.Р., Овчаренко Л.А. ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИБРЕЖНОЙ ЗОНЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	600

Калита А.А. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО И МОЛОДЕЖНОГО ОТДЫХА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	604
Кириенко О.Э. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА	608
Кириенко О.Э., Радаев Б.Д. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ	611
Конышев Е.В. ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ	614
Коренева М.В., Валюженко А.Е. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГОСТЕЙ В ГОСТИНИЦЕ	619
Коренева М.В., Ефремова В.Е. РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ	625
Коцур А.В. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ОТДЫХА ЖИТЕЛЕЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	630
Крицына А.С., Шепилова В.Г. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	634
Куликовская А.Д., Овчаренко Л.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	639
Lazarev D.A., Dubroskaya N.I. PECULIARITIES OF THE SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC	642
Медяник А.В. РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	645
Мирзоян М.А., Овчаренко Л.А. ПРОБЛЕМЫ В РАБОТЕ ТУРАГЕНТСТВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	652
Мишечкин Г.В., Фомина Ю.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИОСОЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ КАК СПОСОБ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ	656
Новикова Н.И., Рябова Н.П. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	661

Овчаренко Л.А. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	665
Охрименко М.С. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ДНР	670
Поддубная Т.Н., Вдовенко А.М. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПОЖИЛЫХ ГРАЖДАН И ИНВАЛИДОВ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	675
Поддубная Т.Н., Крашенинникова А.М. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА РЕГИОНА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА	679
Поддубная Т.Н., Маслюк И.Р. РАЗВИТИЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ГРАЖДАН С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ	684
Поддубная Т.Н., Шатская А.Д. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	688
Подрезова А., Юрченко А. А. ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ АПШЕРОНСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	691
Ползикова Е.В., Еремина Е.А., Воробьева Ж. СПЕЦИФИКА ПЛАНИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	699
Ползикова Е.В., Ефремова В. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ РЕАЛИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	703
Ползикова Е.В., Ляликова Е. МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОБЛЕМАТИКА АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	708
Ползикова Е.В., Самородов А. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА РЕКЛАМЫ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ	712
Попова А.С., Поддубная Т.Н. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ И ИНВАЛИДОВ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ	716
Радаев Б.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И СПРОСА НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	721

Селиванов В. В. ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА НА ЮЖНОМ БЕРЕГУ КРЫМА, ВОЗРОЖДАЮЩЕГО КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ	724
Ткачук П.Ю. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	728
Ustinova A., Dubrovskaya N.I. RECYCLING AND DISPOSAL OF WASTE AS A CONDITION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND A FACTOR IN INCREASING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGION	733
Федорова А.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО АРТИСТА: АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА	737
Цыганов А.Р. ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ ДНР	741
Шепилова В.Г. К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРИОРИТЕТНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	746
Шпырня О.В., Вдовенко Н. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ	752
Шпырня О.В., Величко А. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	757
Шпырня О.В., Гричуха М. РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	762
Шпырня О.В., Маковецкая Л. СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	767
Шпырня О.В., Пивоварова В. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДОСТАЛЯЕМЫХ УСЛУГ АВИАПАССАЖИРАМ РАЗНЫХ КЛАССОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ	774
Юрченко А.А. АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА РЫНКЕ АКТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В ГЕЛЕНДЖИКСКОМ РАЙОНЕ	777

Юрченко А.А. ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГЕЛЕНДЖИКСКОГО МЕЗОРАЙОНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	785
Юрченко А.А., Попова А. ВИНОГРАДОРСКО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КУБАНИ	793
Юрченко А.А., Попова А. РАЗВИТИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В АКВАТОРИИ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И РЕСПУБЛИКИ КРЫМ	798
Якименко Е.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ДНР	803
José A. Díez Z., Stashko E.V. PROBLEMAS ACTUALES DE LA ADMINISTRACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LAS ISLAS BALEARES	807

СЕКЦИЯ 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОДГОТОВКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Будыка В.С. АКТУАЛЬНОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ «МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 43.03.02 «ТУРИЗМ»	814
Волкова Е.А. АДАПТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ И ИХ РОЛЬ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ	819
Высоцкая Е.Ю. МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛЕКЦИОННОГО ПРОЦЕССА	822
Галяпа И.М. СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ КЛУБ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	827
Глотова Е.О., Ганич Л.В. CASE-STUDY КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	831
Гулакова М.Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ И АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ	837

Захаров Р.В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ СТУДЕНТАМ НЕЯЗЫКОВЫХ
СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ 840

Ильченко Л.Г.

ADVANTAGES AND OPPORTUNITIES OF MODERN INFORMATION
TECHNOLOGIES 844

Ильясова Н.И.

К ВОПРОСУ О МОТИВАЦИИ И СПОСОБАХ СТИМУЛИРОВАНИЯ ОБУЧЕНИЯ 849

Кобзова С.Н.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ
СФЕРЫ ТУРИЗМА НА ЛУГАНЩИНЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА
ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО) 852

Ковтонюк Д.А.

ТУРНИР ЮНЫХ МАТЕМАТИКОВ: ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В
НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ 858

Коломийцева К.А.

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ УРОВНЯ
СТРЕССА ПРИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ
ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ 861

Коровка Е.А.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ 863

Ливенцова В.А.

ЭТАПЫ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ 868

Ливенцова В.А., Ильясова Н.И.

РИТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ
БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА-УПРАВЛЕНЦА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ
ВЫЗОВОВ 873

Лычко Л.Я.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ
ВЫПУСКНИКА УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 877

Матвейчева Ю.О.

РАЗВИТИЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ
ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ 880

Панина Е.А., Иванова В.Э.

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ
РЕЧИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖМЕНТ 883

Прокопенко Е.В. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ	888
Рева А.О. SELF-EDUCATION AS A COMPONENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION TEACHERS	891
Середа В.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛЕНГА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	894
Ситнова И.В., Панина Е.А. МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ К СТРЕССУ У КУРСАНТОВ ВОЕННЫХ УЧИЛИЩ	899
Усачева Г.М., Усачев В.А. ПОДГОТОВКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ	905
Федченко Б.О. АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ОРИЕНТИРОВАННОМУ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»	912
Фомина Т.А., Дидманидзе И. ОБ ОДНОЙ ФОРМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ	917
Чернушич А.Е. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ	922
Шклярник В.В. ТВОРЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ	924
Юханова А.В., Шаврукова Е.Е. ПЛЮРИЛИНГВИЗМ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ	929