



Студенческий вестник ДонГУУ

Донецкий государственный университет управления

Студенческое научное общество ДонГУУ

1/15

Научный журнал

Студенческий
вестник
ДонГУУ

1/2015

Донецк, 2015

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА
«СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК ДОНЕЦКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
УПРАВЛЕНИЯ»**

Бондарь Алексей Николаевич – *председатель редакционной коллегии,*
председатель Студенческого научного общества ДонГУУ

Дорофиев Вячеслав Владимирович – *заместитель председателя*
редакционной коллегии, доктор экономических наук, профессор,
проректор по научной работе ДонГУУ

Науменко Светлана Николаевна – *секретарь,* координатор
Студенческого научного общества факультета менеджмента, кандидат
наук по государственному управлению, доцент

Смирнова Екатерина Алексеевна – *технический редактор,*
координатор Студенческого научного общества ДонГУУ

Станкова Тамара Валентиновна – *научный редактор*

Члены редакционной коллегии:

Дорофиев Вячеслав

Владимирович – доктор
экономических наук, профессор,
проректор по научной работе ДонГУУ
Харченко Александра Сергеевна –
координатор Студенческого научного
общества факультета экономики,
ассистент

Степанова Ольга Григорьевна –
координатор Студенческого научного
общества факультета права и
социального управления,
преподаватель

Бойко Светлана Владимировна –
координатор Студенческого научного
общества учетно-финансового
факультета, кандидат экономических
наук, старший преподаватель
Ущиповская Елена Николаевна –
координатор Студенческого научного
общества факультета государственного
управления, доктор наук
искусствоведения

Беленцов Владимир Николаевич –
доктор экономических наук,
профессор

Беганская Ирина Юрьевна – доктор
экономических наук, доцент
Петрушевский Юрий Люцианович
– доктор экономических наук,
доцент

Барышникова Леля Петровна –
доктор экономических наук, доцент
Волощенко Лариса Михайловна –
доктор экономических наук, доцент
Подгорный Владимир Васильевич
– доктор экономических наук,
профессор

Гаврилов Николай Иванович –
доктор философских наук,
профессор

Губерная Галина Константиновна
– доктор экономических наук,
профессор

Шайхет Леонид Ефимович –
доктор физико-математических
наук, профессор

**Приветственное слово
и.о. ректора
Донецкого государственного университета управления
Костровец Ларисы Борисовны**

Уважаемые студенты и аспиранты!



Воспитанники Донецкого государственного университета управления на протяжении ряда лет на деле доказывали свою активную гражданскую позицию, которая нашла своё отражение в научных работах, участии в городских и региональных общественно-значимых мероприятиях. Нынешнее время ставит перед нами новые задачи и вызовы, от решения которых зависит, как мы будем жить завтра. Практика показывает, что студенчество является неисчерпаемым источником изобретательности, эрудиции и креатива. Именно студенты и аспиранты могут найти нестандартное решение нестандартных задач.

Темы и проблемы, которые рассматриваются в научном журнале «Студенческий вестник Донецкого государственного университета управления», охватывают широкий спектр проблем современного общества. Молодые учёные нашего университета всегда могут рассчитывать на понимание и поддержку своих творческих начинаний со стороны руководства.

Активность и целеустремленность в сочетании со знаниями и научными разработками каждого из студентов являются залогом стабильности и процветания нашего общества. Уверена, что Ваши научные достижения станут надёжным залогом эффективного развития Донецкого региона.

Желаю молодым учёным реализации намеченных целей, творческого роста, инновационных идей и эффективной работы!

Уважаемые молодые учёные!



Сегодня мы становимся участниками грандиозных исторических событий, строим свою жизнь во времена кризиса. Жизнь за окном меняется каждый день, наблюдается высокая динамика событий. И являясь частью этого общества, мы должны научиться жить в этих условиях, сделать открытия, которые поведут нас в светлое будущее.

«Студенческий вестник ДонГУУ» - это не просто журнал с научными статьями. «Студенческий вестник ДонГУУ» - это то поприще, которое объединило кропотливый труд и неудержимую тягу к знаниям молодых исследователей. Это ещё одна хорошая традиция студенчества нашего университета.

Для содействия быстрому развитию направлений экономики, права, финансовых услуг, сектора управления нашей Республики в данный журнал были собраны лучшие работы, авторами которых стали студенты – призёры республиканских и городских конкурсов и олимпиад; эти работы несут в себе огромный потенциал. Тот запал жгучего рвения к открытиям и совершенству, которым наполнены работы авторов статей, замечен даже неопытному читателю.

Благодаря журналу «Студенческий вестник ДонГУУ» молодые научные деятели с лёгкостью могут поделиться результатами своих научных исследований и почерпнуть что-то новое для себя.

Благодаря таким настойчивым, ответственным и тянущимся к знаниям молодым исследователям наша Республика может добиться немалых высот. Очень радует то, что огромное количество студентов и аспирантов имеют желание и возможность собрать, проанализировать и обработать информацию, провести исследования, поделиться своими знаниями и научиться новому у других.

Желаю всем успехов в научной деятельности, не останавливаться на достигнутом, быть верным Науке!

Алексей Бондарь
Председатель студенческого научного общества
Донецкого государственного университета управления

СОДЕРЖАНИЕ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Разоренова М. И., Дорюфиев В. В. Разработка стратегии развития компании в сфере наружной рекламы (на примере компании МД Медиа).....	7
Тхир А. М., Ободец Р. В. Контроль как необходимая составляющая менеджмента.....	12
Гозалова У. Г., Ибрагимжалилова Т. В. Преодоление конфликта интересов заинтересованных сторон с помощью маркетинговой политики предприятия.....	16
Зикунова А. Н., Бойко С. В. Проактивность в управлении деятельностью предприятия.....	20
Клименко А. В., Бойко С. В. Основы выбора стратегии развития корпоративной культуры предприятия.....	25
Ушаков В. В., Кириллова А. С. Социальный аспект воплощения фантастики в реальность.....	29
Попова Д. Э., Бойко С. В. Корпоративная промышленная экология как составляющая управления предприятием.....	37
Панченко А. Д., Кириенко О. Э. Государственное регулирование и поддержка малого бизнеса как условие экономического развития региона.....	40
Синицына Е. Р., Бойко С. В. Социальная ответственность бизнеса как фактор обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития.....	45
Мингалеева Е. С., Кириллова А. С. Исследование вопросов возникновения, последствий и управления людьми с психическими расстройствами.....	49
Герасютина А. Е. Направления интеграции концепции корпоративной социальной ответственности и ключевых концепций маркетинга.....	54
Ерин В. А. Социальная ответственность компании APPLE в сфере реализации экологических программ.....	57

ЭКОНОМИКА

Гужва Ю. А., Лунина В. Ю. Анализ тенденций развития мирового рынка зерна.....	62
Жушма И. А., Мешкова В. С. Инновационное развитие угледобывающих предприятий.....	67
Овчаренко И. О., Лунина В. Ю. Продукт плейсмент. Скрытая реклама в творчестве.....	72
Шупацова А. В., Киселева А. А. Особенности мотивации персонала в условиях экономического кризиса.....	75
Рыбак О. Е., Лошинская Е. Н. Индикаторы экологической сбалансированности локальных систем для оценки подсистем устойчивого развития.....	78
Веселовский Д. А., Агаркова Н. В. Необходимость маркетинга и проблемы конкурентного положения предприятия на рынке.....	82
Павловец А. С., Киселева А. А. Использование зарубежного опыта антикризисной политики занятости на отечественном рынке труда.....	85
Левашова В. В., Лошинская Е. Н. Принципы формирования финансовой устойчивости развития предприятия.....	88
Михайлова Е. В., Лошинская Е. Н. Формирование условий устойчивого развития предприятия на основе матричного анализа.....	92
Горденко В. И., Харченко А. С. Особенности рекламы в социальной сети ВКонтакте.....	96
Сапелкина В. А., Харченко А. С. Проблемы и перспективы развития рекламного рынка в Донецкой Народной Республике.....	100
Константинова М. А., Шатохина Н. П. Пути повышения конкурентоспособности предприятия.....	102
Кошман К. В. Социальная ответственность бизнеса в сфере реализации экологических программ.....	106

УЧЁТ И ФИНАНСЫ

Сало Е. С., Стрельников А. И. Вопросы использования электронных денег в расчетах за товары и услуги.....	112
Горпинич Ю. А., Петрушевская В. В. Финансово-экономическое развитие Донбасса.....	117
Трандофилова А. А., Филаппова Ю. А. Методический подход к оценке финансовой неустойчивости предприятия на примере ЧАО «Производственное Объединение «КОНТИ».....	120
Портгорескул С. В., Тарасова Е. В. Создание двухуровневой банковской системы в Республике: проблемы и перспективы.....	125
Толочко Н. С., Верига А. В. Роль теорий аналитического характера в становлении русской школы бухгалтерского учета.....	132
Мишина Ю. А., Верига А. В. Особенности организации учета и методики аудита собственного капитала предприятия.....	137
Куришко А. С., Шири Н. А. Усовершенствование финансово-инвестиционной стратегии Донбасса в условиях нестабильности.....	142

ПРАВО И СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Липко А. Н., Самотаева Э. А. Исследование ценностно-смысловых ориентаций современной молодежи.....	149
Кохан О. А., Данилова С. В. Необходимость соблюдения технической безопасности работниками на предприятиях с опасными условиями труда (на примере шахт Донецкой области).....	152
Пирожук А. В., Головлева Е. В. Отношение к браку беременных женщин в условиях трансформации общества.....	156
Коченкова Т. В., Панина Е. А. Психозомоциональное состояние населения ДНР во время военных действий.....	159
Смирнова А. Н., Шилова С. А. Толерантность как способ разрешения и предупреждения конфликтов.....	161
Сорокина В. Э., Панина Е. А. Методы интерактивного обучения в подготовке социологов в высшей школе.....	166

МЕНЕДЖМЕНТ

Чепурова С. И., Папа-Дмитриева И. И. Основные преимущества развития экологического туризма в Донецком регионе.....	169
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Козекина Я. В., Погребняк Ю. В. Современные тенденции привлечения инвестиций в переработку твердых бытовых отходов в Донецком регионе.....	171
Антониук М. П., Стехин А. П. Использование интегральных показателей оценки и современных информационных систем в процессе повышения эффективности работы малых и средних предприятий.....	175

C O N T E N T S

PUBLIC ADMINISTRATION

Razoryonova M.I., Dorofiyenko V. V. Working out the strategy of the company development in the field of outdoor advertising (on the example of MD Media).....	7
Tkhir A. M., Obodets R. V. Control as a necessary component of management.....	12
Gozalova U. G., Ibrahimhalilova T. V. Overcoming a conflict of interests of the parties concerned with the help of a marketing policy of a company.....	16
Zikunova A. N., Boiko S. V. Proactivity in managing a corporate performance.....	20
Klimenko A. V., Boiko S. V. The basics of selecting a strategy of a corporate culture of an enterprise.....	25
Ushakov V. V., Kirizleyeva A. S. A social aspect of the incarnation of fiction to reality management.....	29
Popova D. E., Boiko S. V. Corporate industrial ecology as a component of enterprise management.....	37
Panchenko A. D., Kiriyyenko O. E. State regulation and support of small business as a condition for economic development of the region.....	40
Sinitsyna E. R., Boiko S. V. Social responsibility of business as a factor of providing competitiveness and sustainable development.....	45
Mingaliyeva E. S., Kirizleyeva A. S. Investigation of the occurrence, effects and management of people with psychic disorders.....	49
Gerasyutina A. E., Boiko S. V. The directions of integration of the concept of corporate social responsibility and crucial concepts of marketing.....	54
Erin V. A. Social responsibility of APPLE enterprise in the sphere of implementation of environmental programs.....	57

ECONOMY

Guzhva U. A., Lunina V. U. The analysis of the trends of the world grain market development.....	62
Zhushma I. A., Meshkova V. S. The innovative development of coal mining enterprises.....	67
Ovcharenko I. O., Lunina V. U. Product placement. Its place in the works.....	72
Shupletsova A. V., Kiseleva A. A. The features of staff motivation in the conditions of economic crisis.....	75
Rybak O. E., Loshinskaya E. N. The indicators of environmental balance of local systems to estimate the subsystems of sustainable development.....	78
Veselovsky D. A., Agarkova N. V. The necessity of marketing and the problems of competitive position of an enterprise on the market.....	82
Pavlovets A. S., Kiseleva A. A. The use of foreign experience of anti-crisis employment policy in native labour-market.....	85
Levashova V. V., Loshinskaya E. N. The principles of the financial stability formation of an enterprise development.....	88
Mikhailova E. V., Loshinskaya E. N. The formation of an enterprise's sustainable development Conditions on the basis of matrix analysis.....	92
Gordenko V. I., Kharchenko A. S. Particular qualities of advertising in the social network VKontakte.....	96
Sapelkina V. A., Kharchenko A. S. The problems and prospects of the development of advertising market in Donetsk National Republic.....	100
Konstantinova M. A., Shatokhina N. P. The ways to rise a competitive ability of an enterprise.....	102
Koshman K. V. Social responsibility of business in the implementation of ecological programs.....	106

ACCOUNTING AND FINANCE

Salo E. S., Strelnikov A. I. The use of electronic money in payment for goods and services.....	112
Gorpinich U. A., Petrushevskaya V. V. A financial and economic development of Donbass.....	117
Trandoflova A. A., Filippova U. A. A methodic approach to the estimation of an enterprise's financial instability on the example of the Production Association «KONTI».....	120
Portoreskul S. V., Tarasova E. V. The creation of bimodal banking system in the Republic: problems and prospects.....	125
Tolochko N. S., Veriga A. V. The role of analytic theories in the development of Russian accounting school.....	132
Mishina U. A., Veriga A. V. Particular qualities of accounting organization and audit methods of enterprise's equity capital.....	137
Kurishko A. S., Shira N. A. The improvement of financial and investment strategy of Donbass in the conditions of instability.....	142

LAW AND SOCIAL MANAGEMENT

Lipko A. N., Samotayeva E. A. Study of value-semantic orientations of modern youth.....	149
Kohan O. A., Danilova S. V. The necessity of maintenance technical safety by workers on the dangerous kinds of labor enterprises (by the example of mines of Donetsk region).....	152
Pirozhuk A. V., Golovleva E. V. Pregnant women's attitude towards marriage in the conditions of society transformation.....	156
Kochenkova T. V., Panina E. A. Psycho emotional state of DNR population during the war.....	159
Smirnova A. N., Shilova S. A. Tolerance as the way of solution and prevention of conflicts.....	161
Sorokina V. E., Panina E. A. Methods of interactive education in training sociologists at higher schools.....	166

MANAGEMENT

Chepurova S. I., Papa-Dmitrieva I. I. The main advantages of the development of ecological tourism in Donetsk region.....	169
Kozekina Y. V., Pogrebnyak J. V. Modern tendencies of attracting investments in the processing of municipal solid waste in the Donetsk region.....	171
Antoniuk M. P., Stekhin A. P. The use of integral rates of estimation and modern informational systems in the process of raising the work efficiency of small and medium-sized enterprises.....	175

УДК 659.127

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В СФЕРЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «МД МЕДИА»)**Разорёнова М. И.,***магистр кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,***Дорофиенко В. В.,***д.э.н., профессор кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье разработаны рекомендации по совершенствованию стратегического управления в компании сферы рекламного бизнеса на примере рекламного агентства «МД Медиа» (г. Москва).

Ключевые слова: стратегия, стратегическое планирование, стратегический план, бюджет развития.

The article recommends for improving the strategic management of the business of advertising on the example of an advertising agency «Media MD» (Moscow).

Keywords: strategy, strategic planning, strategic plan, development budget.

Постановка проблемы. По результатам теоретических исследований большинства учёных можно выделить ряд теоретических подходов по внедрению стратегического управления на предприятии, а также методических подходов, которые в рекламном бизнесе не прослеживаются [1; 2; 3].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемами внедрения стратегического менеджмента в компаниях малого и среднего бизнеса посвящено множество работ как зарубежных учёных – Дж. Д. Хангера, Т. Уилена, А. Карамии, А. Томпсона, А. Дж. Стрикленда, так и отечественных – Б. Кузнецова, Р. Акмаевой, В. Веснина, В. Кафидова. Но на сегодняшний день остаются недостаточно исследованы вопросы относительно особенностей внедрения стратегического менеджмента в такой специфической отрасли, как рекламный бизнес.

Актуальность. Стратегическое управление является важнейшим фактором успешного выживания, но на сегодняшний день можно наблюдать в действиях организаций отсутствие стратегического планирования, что и приводит к поражению в конкурентной борьбе. Именно на основе стратегического плана руководитель может принимать соответствующие решения и формировать тактику организации. Практика показывает, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли. Особенно это коснулось рекламного бизнеса, где основной продукт стал одним из видов деятельности и вышел за рамки информационной функции в отношении потребителя. Реклама превратилась в один из видов самостоятельной производственной деятельности, в которой занято большое количество людей, объединённых в различные по своим функциям большие и малые коллективы.

Таким образом, вышеизложенное определило *актуальность* и необходимость проведения исследования относительно разработки стратегии развития российской компании в сфере наружной рекламы.

Цель статьи. Главной целью статьи является разработка рекомендаций по совершенствованию стратегического управления в компании сферы рекламного бизнеса на примере «МД Медиа».

Изложение основного материала исследования. Целью создания ООО «МД Медиа» является осуществление рыночных взаимоотношений и получение прибыли на основе удовлетворения потребностей граждан и юридических лиц, благодаря выполнению работ и услуг по организации и проведению рекламных компаний, а также другой хозяйственной деятельности, не запрещённой действующим законодательством РФ. Высшим органом компании является Общее собрание учредителей Общества, полномочия которых должны быть заверены в соответствии с действующим законодательством. Контроль над деятельностью Директора общества с ограниченной ответственностью осуществляется Ревизионной комиссией, которая создаётся согласно решению Собрания участников общества, в количестве, предусмотренном учредительными документами, но не менее 3 человек.

Директор не может быть членом ревизионной комиссии. Достаточно существенным недостатком для ООО «МД Медиа» является то, что круг обязанностей работников отдельных направлений определён примерно, и работник обязан выполнять любую дополнительную работу, которая не связана с основной, то есть отсутствуют должностные инструкции специалистов отдела организации торговли и производственного отдела. Содержание работ постоянно меняется. Неформальных должностных инструкций в данной компании достаточно много. Загруженность работников довольно высокая, а это не обеспечивает формирование благоприятных условий для нововведений, что, в свою очередь, не будет способствовать выдвижению новых идей и их реализации.

Проведём анализ общего состояния внешней среды ООО «МД Медиа» с помощью следующих групп факторов:

1. Деятельность правительства (политико-институциональные факторы) характеризуются постоянным совершенствованием законодательной базы как на муниципальном уровне, так и на региональном и федеральном.

2. Состояние экономики и рынков (экономические факторы) представляют собой следующие характеристики: рынок наружной рекламы г. Москвы постоянно развивается и растёт; существует жёсткая конкуренция; с уходом с рынка крупных заказчиков рынок переходит в стагнацию или умеренно-пессимистический сценарий развития из-за международных экономических санкций против России; наличие инфляционных процессов; нестабильный курс рубля непосредственно влияет на себестоимость услуг, так как закупка материалов происходит в иностранной валюте.

3. Социальные тенденции характеризуются следующим: увеличение роли социальной рекламы и необходимость её размещения в муниципальных учреждениях. Обязательное присутствие в рекламных компаниях социально-культурной составляющей и эстетического вида; естественная экологическая составляющая, обеспечивающая повторную утилизацию продукции и уменьшение уровня загрязнения окружающей среды.

4. Научно-технические тенденции постоянно развиваются и дают возможность формировать новые виды наружной рекламы на основе новых материалов и информационных технологий.

Таблица 1

Слабые и сильные стороны ООО «МД Медиа»

<i>Параметры оценки</i>	<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Маркетинг	– гибкая ценовая политика; – качество обслуживания; – имидж компании	– отсутствие маркетинговых исследований; – не полный ассортимент продукции в своём сегменте
Производство	– индивидуальное проектирование для каждого заказчика; – ориентация на высокое качество	– возможные задержки при выполнении проекта
Персонал	– квалифицированный состав работников – заинтересованность в развитии организации – сплоченный коллектив компании	– низкая квалификация топ-менеджмента в сфере стратегического управления
Финансы	– владение товарными запасами и собственными основными средствами; – снижение расходов за счёт инновационного подхода	– снижение оборота продаж; – недостаток основных средств; – отсутствие долгосрочных финансовых инвестиций

Таблица 2

Угрозы и возможности ООО «МД Медиа»

<i>Параметры оценки</i>	<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
1. Факторы конкуренции	– применение научных разработок для обеспечения новых рекламных услуг	– рынок насыщен – жесткая конкуренция
2. Факторы сбыта	– индивидуальный подход к клиенту – наличие широкой линейки продукции и услуг – внедрение CRM системы	– ожидание спада покупательной способности из-за международных санкций
3. Экономические факторы	– снижение себестоимости услуги	– неблагоприятные сдвиги в курсах валют; – высокий уровень инфляции

Таким образом, выделив и рассмотрев сильные и слабые стороны компании, можно сказать, что компания имеет достаточно многочисленные возможности для своего экономического развития. Однако значимость некоторых слабых сторон, проявляющихся в низкой эффективности хозяйственных связей компании, очень велика и может повлиять на изменение стратегии развития компании или снизить динамику развития показателей хозяйственной деятельности. Также для компании ООО «МД Медиа» необходимо проводить более детальные маркетинговые исследования на постоянной основе, использовать зарубежный опыт. Руководство организации должно учитывать все эти факторы и на их основе разрабатывать стратегию дальнейшего развития. Объектами воздействия финансово-экономического обеспечения стратегического управления ООО «МД Медиа» являются «входы» и «выходы», которые связывают организацию с внешней средой, а именно – с рынками поставок и сбыта, а также операционная и управленческая системы, финансовые результаты и риски; взаимосвязи внутри организации, система мотивации персонала. Субъектом финансово-экономического обеспечения стратегического управления ООО «МД Медиа» станет комплекс подразделений: отдел кадров, торговый отдел, бухгалтерия, производственный отдел. Можно сформировать специфический алгоритм формирования стратегии развития ООО «МД Медиа», на основе ресурсного ограничения (рис. 1).

Исходя из этого, можно говорить об общих характеристиках финансово-экономического обеспечения стратегического управления ООО «МД Медиа». К таким базовым характеристикам можно отнести функции финансово-экономического обеспечения стратегического управления, а именно:

- всесторонний финансово-экономический анализ деятельности организации;
- осуществление финансового анализа и аудита всех стратегических проектов и программ на всех этапах (от разработки – до завершения); поиск оптимальных условий и источников финансирования текущей и стратегической деятельности организации;
- разработка финансовых и экономической стратегий, балансировки и просмотр «стратегического набора» по факту наличия денежных ресурсов;
- формирование и сбалансированность бюджетов, планов и прогнозов как для всей организации, так и для отдельных подразделений;
- формирование и управление денежными фондами компании;
- регулирование экономических отношений внутри и за пределами компании;
- информационно-методическое обеспечение функционирования и регулирования финансово-экономического стратегического управления.

Ввиду того, что в ООО «МД Медиа» отсутствует основная стратегия его развития, в качестве первого этапа в стратегическом планировании рекомендуется сформулировать видение организации, миссию и создать сбалансированную систему целей и задач.

Формулировка видения организации. Видение ООО «МД Медиа»: «Стать ведущими поставщиками всех типов наружной рекламы и оборудования, использовать в своей деятельности инновации, быть конкурентоспособной фирмой на уровне г. Москвы и Московской области». Такая формулировка видения является лаконичной, динамичной конструкцией, удобной для восприятия и отвечает следующим требованиям: достаточно проста; вдохновляет; заслуживает доверие; содержит ориентиры, которые могут служить основой для разработки стратегии.



Рис. 1. Алгоритм формирования стратегии развития ООО «МД Медиа»

Формулировка миссии организации. Миссия является ядром системы целей и исходным моментом стратегического управления. Внутри организации миссия даёт персоналу понимание целей организации и помогает в выработке единой позиции, что способствует укреплению организационной культуры.

Миссия ООО «МД Медиа» в широком смысле. «Разделять успех компании со служащими, оказывать доверие и уважение работникам, обеспечивать качество и эффективность рекламных услуг, избегать долгосрочных финансовых обязательств для обеспечения развития компании, поддерживать индивидуальные инициативы и усердие, работать в команде, быть преданным организации».

Формулировка миссии организации в узком понимании. Быть лидирующим поставщиком специализированных инновационных услуг в сегменте наружной рекламы. В данном случае миссия ООО «МД Медиа» содержит определение сферы деятельности; рабочие принципы фирмы по отношению к окружающей среде; базовые ценности внутри компании представлены как культура организации.

Ключевые векторы (приоритеты) развития компании:

1. В течение первого года: удовлетворённость клиентов за счёт предоставления высококачественного сервиса и эффективных рекламных услуг.

2. В течение пяти лет: увеличение количества клиентов за счёт предоставления высококачественного сервиса и расширение продуктового портфеля на основе инновационных технологий, а именно – применение интерактивных цифровых POS-инструментов (IPOS) или интерактивных рекламных комплексов (IDOOH).

Следует отметить, что в рамках реализации краткосрочной стратегии приказом директора по компании необходимо создать группу развития (Стратегическое управление) с привлечением внешнего консультанта (консалтинговой компании), который специализируется на внедрении стратегического управления в компании. В данную группу должны войти: главный бухгалтер, специалист по кадрам, коммерческий директор, директор по производству.

Таблица 2

Ресурсная стратегия ООО «МД Медиа»

Политика	Цели
<p><i>Финансы:</i> Выделить инвестиции для коррекции автоматической системы учёта жалоб, предложений, нестандартных заказов Выделить инвестиции для коррекции автоматической системы складского учёта</p>	<p><i>Финансы:</i> Создать инвестиционный план в разрезе проектов Привлечь инвестиции на внедрение инновационной технологии. Внедрение системы бюджетирования</p>
<p><i>Человеческие ресурсы</i> Повышение производительности персонала, за счет обучения, оценки и аттестации Вовлекать производителей технологий в техническое обучение персонала</p>	<p><i>Человеческие ресурсы</i> Создать отдел сбыта и обслуживания территории новых территорий Московской области Создание и внедрение системы управления персоналом Повышение производительности персонала, за счет: А) более эффективного управления Б) эффективных кадровых решений, обучения, приведения в соответствие уровня квалификации требованиям к должности В) системы мотивации</p>
<p><i>Информационные ресурсы</i> Разработка и внедрение системы инфопотоков Продвижение корпоративного сайта Откорректировать программное обеспечение, внедрить обязательное занесение заявок в программу</p>	<p><i>Информационные ресурсы</i> Ежемесячные отчёт о работе компании перед директором, еженедельный отчёт перед начальниками отделов Ежегодный отчет о выполнении стратегии и бюджетов компании</p>

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, достижение основной цели данной работы относительно разработки рекомендаций по совершенствованию стратегического управления в компании сферы рекламного бизнеса на примере ООО «МД Медиа» способствовало решению ряда задач, в рамках которых можно сделать следующие выводы.

На примере хозяйственной деятельности компании в сфере рекламного бизнеса ООО «МД Медиа» проведён организационно-управленческой анализ его деятельности. В результате сделан вывод о том, что данная компания имеет линейно-функциональную организационную структуру управления, которая представляет собой процесс деления организации на отдельные элементы и имеет ряд недостатков, к которым следует отнести:

- отсутствие тесных взаимосвязей на горизонтальном уровне управления;
- круг обязанностей работников отдельных направлений определены примерно, и работник обязан выполнять любую дополнительную работу, которая не связана с основной.

Проведён анализ организации стратегического планирования в компании ООО «МД Медиа» с помощью SWOT-анализа, который показал сильные и слабые стороны компании и PEST-анализа. Сформирован алгоритм формирования стратегии развития ООО «МД Медиа», основанный на общих характеристиках финансово-экономического обеспечения стратегического управления ООО «МД Медиа».

Литература

1. Хангер Дж. Д., Уилен Т.Л. Основы стратегического менеджмента: учебник / Дж.Д Хангер . – Юнити-Дана, 2011. – 318 с.
2. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент / Б.Т. Кузнецов. – Юнити-Дана, 2012. – 623 с.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – Юнити-Дана, 2012. – 577 с.
4. Акмаева Р.И. Стратегический менеджмент / Р. И.Акмаева. – Волтерс Клувер, 2010. – 430 с.

УДК 658

КОНТРОЛЬ КАК НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕНЕДЖМЕНТА

*Тхир А. М.,
студентка кафедры менеджмента непродуцственной сферы,
Ободец Р. В.,
доцент кафедры менеджмента непродуцственной сферы,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

Раскрыты особенности формирования системы управленческого контроля над работой персонала в зависимости от типа управления деятельностью работников предприятия и определены основные составляющие его информационно-аналитического обеспечения. В данной статье описаны теоретические основы и актуальность контроля на предприятии как одной из составляющих системы управления на предприятии. Рассмотрены сущность, основные характеристики и особенности эффективного процесса контроля.

***Ключевые слова:** конкуренция, контроль, управление действиями (поведением), управление через взаимный контроль, управление по результатам, информационно-аналитическое обеспечение.*

Revealed peculiarities of formation of system of the administrative control over the work of the staff depended on the type of management company employees, and the basic element of information and analytical support. This article describes the theoretical foundations and relevance of control in the company, as a part of the management system of the enterprise. The article considers the essence, the main characteristics and features of effective process control.

***Keywords:** competition, control, management actions (behavior), control through peer review, performance management, information and analytical support.*

Постановка проблемы. В условиях роста нестабильности и конкурентности рыночной среды предприятия не могут эффективно функционировать без использования современных методов контроля, призванного обеспечить своевременное выявление негативных процессов в производственно-хозяйственной деятельности и определить способы их решения. Особое значение приобретает проблема формирования системы контроля над процессами управленческого воздействия на поведение работников, чтобы направить их усилия на достижение стратегических задач развития предприятия. Фактически необходимо создать такие условия, чтобы работники постоянно улучшали показатели своей работы, достигали определённых результатов и по их достижению – ставили перед собой новые задачи. Человеческий капитал сегодня является важнейшим фактором развития экономического потенциала предпринимательских структур. В то же время на отечественных предприятиях часто применяют несовершенные методы и инструменты управления персоналом без учёта особенностей видов деятельности, типов управления, современных потребностей работников. Это негативно сказывается на показателях производительности труда, текучести кадров, а следовательно – и на общей эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что именно контроль как инструмент выполнения управленческих решений играет особую роль в повышении эффективности общественного воспроизводства, обеспечении сохранности и рационального использования материальных, трудовых, финансовых ресурсов предприятий и органов государственной власти различного уровня, обеспечивая высокую эффективность их деятельности.

Основными причинами необходимости контроля являются:

- неопределённость, сложность и динамичность среды;
- предупреждение возникновения кризисных ситуаций посредством выявления несоответствий и ошибочных действий до того, как они нанесут предприятию ощутимый вред;
- поддержка успеха путём сопоставления фактических результатов и плановых показателей и оценки темпа продвижения предприятия к намеченным целям [3; 5].

Анализ исследований и публикаций. Проблемы формирования внутреннего контроля на предприятии и особенности его составляющих исследовали иностранные и отечественные экономисты, среди которых: М. Т. Белуха, Б. И. Валуев, П. Ф. Друкер, К. Друри, Н. Г. Дапилочкина, Г. В. Жаворонкова, Р. А. Костырко, Е. В. Монах, Л. В. Нападовская, С. М. Петренко, М. С. Пушкарь, В. С. Рудницкий, Л. А. Сухарева, С. Фалько, Д. Хан, П. Хорват, В. А. Шевчук, М. Чумачен. Предложения по совершенствованию системы контроля над работой персонала с целью повышения рыночной стоимости предприятия обосновали Г. В. Жаворонкова и Н. В. Отливанская. Однако, несмотря на весомые научные наработки, изменения в современных условиях ведения хозяйственной деятельности порождают новые проблемы теоретического и практического характера, которые требуют решения, в том числе и по улучшению организации процессов управленческого контроля работы сотрудников предприятий.

Цель статьи. Целью статьи является освещение особенностей и задач формирования системы управленческого контроля над работой персонала предприятия в зависимости от типов управления персоналом, видов деятельности, а также определение основных элементов его информационно-аналитического обеспечения.

Изложение основного материала. Слово «контроль», как и слово «власть», порождает, прежде всего, отрицательные эмоции. Для многих людей контроль означает, во-первых, ограничения, отсутствие самостоятельности, в общем, всё то, что прямо противоположно нашим представлениям о свободе личности. Вследствие такого устойчивого восприятия контроль относится к числу тех функций управления, значение которых понимается неправильно [1]. Контроль – это очень важная и сложная функция управления. Одна из важнейших особенностей контроля, которую следует учитывать в первую очередь, заключается в том, что контроль должен быть обобщающим. Контроль не может оставаться прерогативой исключительно менеджера, назначенного «контролёром», и его помощников. Каждый руководитель, независимо от своего ранга, должен осуществлять контроль как неотъемлемую часть своих должностных обязанностей, даже если ему это никто специально не поручал.

Контроль является фундаментом процесса управления. Ни планирование, ни создание организационных структур, ни мотивацию нельзя рассматривать в отрыве от контроля. Контроль над результатами служит улучшению, а в идеальном случае – оптимизации трудового процесса. Контроль – это одна из функций управления, способствующая выполнению задач функционирования предприятия на основе постоянного наблюдения за его деятельностью и устранения отклонений от плановых заданий. Контроль необходим, чтобы обеспечить стабильность и результативность управленческого процесса, предотвратить неблагоприятное развитие событий и возникновение кризисных явлений путём своевременной и адекватной корректировки управленческого воздействия в соответствии с изменением воздействия факторов внешней и внутренней среды. Система контроля над деятельностью предприятия охватывает подсистемы внешнего и внутреннего (внутрихозяйственного) контроля. Основное назначение внешнего контроля – обеспечить законность и социально-экономическую целесообразность хозяйственной деятельности. Система внутреннего контроля является функциональной системой поддержки менеджмента. Этот вид контроля заключается в комплексном исследовании эффективности выполнения управленческих решений в сфере финансово-экономической деятельности предприятия с целью своевременного реагирования на возникновение конфликтов интересов различных групп участников экономических отношений и кризисных ситуаций [4]. Объектами внутреннего контроля являются хозяйственные явления и процессы, которые происходят на предприятии. Важной составляющей системы внутреннего контроля является управленческий контроль, основное назначение которого – получить

информацию о поведении работников для повышения рентабельности деятельности и обеспечения эффективной реализации стратегии предприятия.

Построение системы управленческого контроля зависит от особенностей управления деятельностью персонала предприятия. В экономической литературе выделяют следующие основные типы управления [2]:

- 1) управление действиями (поведением);
- 2) управление через взаимный контроль;
- 3) управление по результатам.

Управление поведением предполагает наблюдение за действиями работников во время их работы. Этот тип управления целесообразно применять тогда, когда есть возможность выявлять зависимость между причиной и следствием контролируемого процесса. В этом случае менеджеры должны осуществлять корректирующие меры для того, чтобы на выходе процесса получить ожидаемый результат. Управление поведением будет эффективным для предприятия, если менеджерам известны действия персонала, которые могут быть желательными или нежелательными, а также при условии, что менеджеры могут стимулировать выполнение желаемых действий и не допускать нежелательных. Управление действиями должно быть сориентировано на недопущение нежелательных действий в будущем и на их выявление в ходе текущей деятельности. Управление на основе взаимного контроля можно осуществлять, используя личностный (кадровый) и культурный типы контроля. Контроль такого типа предусматривает, что работники имеют необходимые знания, квалификацию и опыт и обладают соответствующими ресурсами для качественного выполнения работ. Управление по результатам основывается на сборе и передаче информации о результатах проделанной работы. Преимуществом этого типа управления является то, что высшее руководство не должно знать о конкретных средствах, которые используют для достижения желаемых результатов или непосредственно брать участие в управлении действиями подчинённых. Чтобы определить достигнуты ли запланированные результаты, руководители высших уровней управления используют отчёты о результатах работы менеджеров низших уровней управления (центров ответственности).

Каждая из указанных выше систем управленческого контроля не может эффективно функционировать без надлежащего информационно-аналитического обеспечения (табл. 1).

Таблица 1

Основные задачи информационно-аналитической системы управленческого контроля над деятельностью персоналу предприятия [3]

<i>Типы управления</i>	<i>Основные задачи управленческого контроля</i>	<i>Составляющие информационно-аналитического обеспечения системы управленческого контроля</i>
Управление действиями	Установление поведенческих ограничений	Перечень доступов, компьютерные пароли, технологичные карты
	Установление административных ограничений	Внутренние стандарты поведения персонала, регламенты, инструкции, предельные объемы расходования ресурсов
	Проведение предварительного анализа и утверждения плана работы работников	Графики подачи и утверждения планов работы
	Формирование правил и процедур работы персонала	Правила и процедуры выполнения работ на рабочем месте
Управление на основе взаимного контроля (личностный и культурный типа управления)	Организация системы отбора и расстановки персонала	Перечень требований к знаниям, умениям и навыкам работников
	Определение общей последовательности выполнения задач	Перечень основных задач деятельности и этапы их выполнения
	Установка значения ожидаемых результатов	Перечень основных показателей и порядок их определения
	Формирование кодекса поведения работников предприятия	Перечень основных корпоративных ценностей и обязанностей работников предприятия

	Формирование системы вознаграждения за достижение общих результатов деятельности предприятия	Перечень и размеры бонусов, премий и вознаграждений, доли участия в распределении прибыли
Управление по результатам	Определение тех результатов при которых минимизируется нежелательна поведение персонала	Перечень целевых показателей, виды и размеры штрафных санкций
	Установка значения целевых показателей деятельности	Показатели финансово-экономической стратегии предприятия, нормативы, бюджеты
	Выделение центров ответственности	Организационная структура предприятия
	Оценка уровня достижения целевых показателей	Описание методики анализа отклонений фактических показателей от плановых
	Разработка системы мотивации за полученные результаты	Перечень и объемы надбавок и паремий за выполнение задания

Использование системного подхода к организации управленческого контроля над работой сотрудников и формирования его информационно-аналитического обеспечения на основе учёта особенностей производственных и управленческих процессов будет способствовать применению таких механизмов и рычагов, которые обеспечивают максимальное направление усилий трудовых коллективов и отдельных работников на достижение целевых задач, повышение результативности и эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Управленческий контроль над деятельностью персонала является основой формирования полноценной кадровой политики и улучшения использования человеческого капитала. Учёт типа управления при организации управленческого контроля обеспечивает системность определения его основных задач, методов и инструментов, даёт возможность структурировать связь между способами контроля и ожидаемыми результатами, выяснить, какие основные факторы влияют на эффективность управленческого контроля и составляющие его информационно-аналитического обеспечения.

Налаживание качественной системы управленческого контроля является одной из неотъемлемых условий повышения эффективности и развития инновационной деятельности отечественных предприятий в конкурентной рыночной среде. Таким образом, контроль представляет собой систему наблюдения, сопоставления проверки и анализа функционирования управляемого объекта с целью оценки обоснованности и эффективности управленческих решений, выявления степени их реализации, наличие отклонений фактических результатов от заданных параметров и принятия решений по их ликвидации. Контроль можно назвать эффективным только тогда, когда организация фактически достигает желаемых целей и в состоянии сформулировать новые цели, которые обеспечат её выживание в будущем. Именно поэтому контроль – одна из ведущих функций управления.

Литература

1. Глущенко А.А. Управленческий контроль. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://libfor.com/index.php?newsid=858>.
2. Друри К. Управленческий и производственный учет: учебн.; пер. с англ. – М. – ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 171 с.
3. Жаворонкова Г.В. Контроллинг информационной системы управления персоналом / Жаворонкова Г.В., Отливанская Н.В. Формирование рыночной экономики: сб. науч. работ. Спец. вып., посвящ. Междунар. научно-практ. конф. «Контроллинг в бизнесе: теория и практика». – М.: Финансы, 2009. – С. 189-199.
4. Костырко Р.А. Организация внутреннего контроля хозяйственных систем. / Костырко Р.А. Формирование рыночной экономики: сб. науч. работ. Спец. вып., посвящ. Междунар. научно-практ. конф. «Контроллинг в бизнесе: теория и практика». – М.: Финансы, 2010. – С. 246-255.
5. Нападовская Л.В. Внутрихозяйственный контроль в рыночной экономике: монография. – Днепропетровск: Наука и образование, 2010. – 244 с.

6. Оперативный контроль экономической деятельности предприятия / Б.И. Валуев, Л.П. Горлова, Е.Л. Зернов и др. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 224 с.

7. Петренко С.М. Информационное обеспечение внутреннего контроля хозяйственных систем: монография. – Донецк: ДонНУЭТ, 2007. – 290 с.

УДК 658.8

ПРЕОДОЛЕНИЕ КОНФЛИКТА ИНТЕРЕСОВ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Гозалова У. Г.,

студентка кафедры непроизводственной сферы,

Ибрагимхалилова Т. В.,

к.е.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье рассмотрена маркетинговая политика как средство преодоления конфликта интересов. Определены элементы маркетингового конфликта. Предложена трёхступенчатая программа действий относительно контроля как формы сознательного воздействия на конфликт в сфере маркетинговой политики.

Ключевые слова: *конфликт, маркетинговая политика, интерес, заинтересованные стороны, управление.*

The article deals with marketing policy as a means of overcoming the conflict of interest. The elements of the marketing of the conflict. A three-stage program of action regarding the control as a form of conscious action on the conflict in the area of marketing policy.

Keywords: *conflict, marketing policy, interest, stakeholders, management.*

Постановка проблемы в общем виде. Прежде всего, конфликт интересов следует понимать как определённую ситуацию, в которой заинтересованность определённого человека может повлиять в целом на принятие управленческого решения в компании. Как правило, результатом такого действия может являться нанесение определённого ущерба остальным заинтересованным сторонам как в обществе, так и в компании.

Актуальность проблемы конфликта интересов заинтересованных сторон весома как для бизнеса, так и для государственных служащих. Законодательство государства и нормативно-правовые документы корпораций необходимо всячески дополнять нормами и возможными направлениями урегулирования конфликта заинтересованных сторон. Для общества большое значение имеет не только возможность разрешения конфликта заинтересованных сторон в бизнесе, но и проблема возникновения конфликта интересов у чиновников. Одним из способов преодоления конфликта интересов является разработка соответствующей маркетинговой политики. Главной задачей маркетинговой политики является примирение конфликтующих сторон и поиск компромиссов среди групп интересов, поскольку сама маркетинговая политика рассматривается в данной статье как множество интересов.

Анализ последних исследований и публикаций. Названную проблематику рассматривали такие исследователи, как М. Мириманова [5], М. Цибульская [2], А. Яхонтова [2], М. Лебедева [4], А. Анцупов [6] и др. Однако научная обработка в контексте решения конфликтных ситуаций с помощью маркетинговой политики является крайне недостаточной, что и обуславливает актуальность проведения данного исследования.

Целью данной работы является исследование маркетинговой политики предприятия как средства преодоления конфликтов между интересами заинтересованных сторон.

Изложение основного материала исследования. Существует много теорий, изучающих конфликт. В экономике конфликтом является противоборство сторон, осознанной целью которого является владение материальными и финансовыми ресурсами [1], в социологии конфликт часто рассматривается сквозь призму несовпадения конкретных целей и интересов его участников – социальных групп, общин.

Существуют различные типологии конфликтов. Например, согласно типологизации

конфликтов, Бисно Х. выделяет конфликт интересов как отдельный тип. В зависимости от причин существует определённое разделение конфликтов (табл. 1).

Таблица 1

Разновидности конфликтов в зависимости от причин		
№ п/п	Наименование	Характеристика конфликта
1.	Конфликты интересов	Характеризуются переплетением интересов или обязательств.
2.	Вынужденные конфликты	Намеренно создаются для достижения целей, отличных от тех, которые были провозглашены.
3.	Ошибочно соотнесенные конфликты	Запутанны неправильной атрибуцией поведения участников содержания и причин.
4.	Иллюзорные конфликты	Основаны на неправильном восприятии или непонимании.
5.	Замещенные конфликты	В них оппозиция или антагонизм направлен на лицо или соображения, отличные от действительно обиженных участников.
6.	Экспрессивные конфликты	Характеризуются желанием выразить враждебность, антагонизм или другие сильные чувства.

Ниже представлены основные определения понятия «конфликт»:

1. «Конфликт – это такая характеристика взаимодействия, в которой не могущие сосуществовать в неизменном виде действия взаимодействуют и взаимозаменяют друг друга, требуя для этого специальной организации», – утверждает Б. И. Хасан [5].

2. Р. Дарендорф, наиболее известный западный исследователь социального конфликта, определяет его как «любое отношение между элементами, которое можно охарактеризовать через объективные («латентные») или субъективные («явные») противоположности» [2].

3. По мнению А. Г. Здравомыслова: «конфликт – это важная сторона взаимодействия людей в обществе, своего рода клеточка социального бытия» [4].

Анализ имеющихся определений при всём различии подходов позволил выделить следующие признаки конфликта:

- наличие противоречия в целях, интересах, мотивах и т. д.;
- несовместимость целей, интересов;
- активность, направленная на преодоление противоречия.

С учётом имеющихся признаков можно дать следующее определение этому термину: «конфликт – это осознанное противоречие, которое характеризуется противоборством конфликтующих сторон. Конфликты могут возникнуть на почве противоположности интересов, социальных установок и направленности лиц, вовлечённых в конфликт людей».

Рассматривая конфликты, например, между субъектами хозяйственной деятельности, становится очевидным, что свой ракурс есть и при маркетинговом подходе к конфликтам в контексте их урегулирования и разработки соответствующей маркетинговой политики. Именно маркетинговая политика должна быть направлена на решение конфликта. Маркетинговая политика рассматривается в данном случае как способ разрешения конфликта между различными группами интересов. При этом эти группы интересов – заинтересованные стороны, и это не только сотрудники предприятия, но и группы людей, заинтересованных в результатах его работы – конкуренты, поставщики, потребители, государственные органы и др. Несмотря на различия, специалисты–конфликтологи выделяют основополагающие элементы маркетингового или рыночного конфликта (рис. 1).

В зависимости от влияния тех или иных внешних и внутренних условий, явное противоборство сторон может менять своё содержание и интенсивность. Так, спор двух предприятий может затронуть интересы других рыночных субъектов, втянув их в спор и увеличив тем самым число конфликтующих сторон.

По мере развития конфликта к его урегулированию могут быть привлечены различные посредники (арбитры), государственные органы, юридические органы, международные организации, которые могут не только увеличить число участников спора, но и усложнить содержание конкурентных связей и отношений. В то же время изменение позиций сторон или истощение ресурсной базы конфликта могут снять напряжённость и сократить число участников спора.



Рис. 1. Элементы маркетингового и рыночного конфликта [на основе 1; 2]

Маркетинговые конфликты, обладая теми или иными свойствами и характеристиками, способны играть разнообразные роли в конкретных рыночных процессах, стимулируя отношения в условиях соревнования и сотрудничества, противоборства и согласованности, примирения и непримиримости. Как показывает практический опыт, разные субъекты, участвующие в конфликте или вовлечённые в его течение как посредники, чаще всего стремятся к управлению конфликтом или к установлению контроля над ним.

В частности, функция контроля как форма сознательного воздействия на конфликт в сфере маркетинговой политики предусматривает трёхступенчатую программу действий, которая представлена на рис. 2.

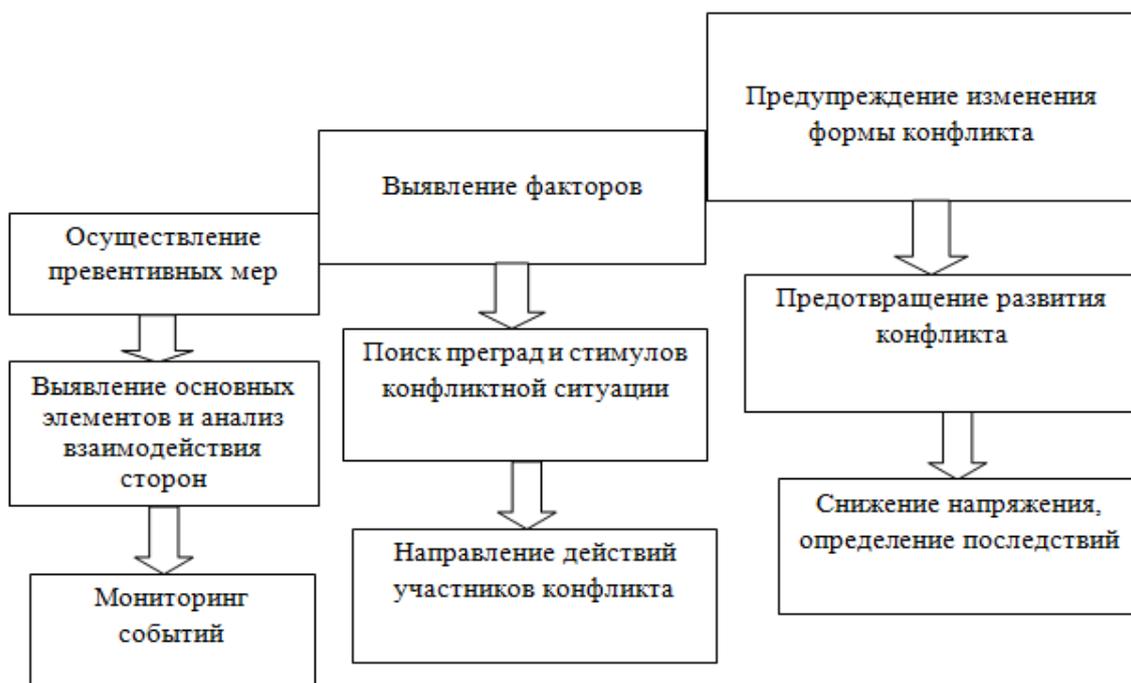


Рис. 2. Трёхступенчатая программа действия функции контроля конфликта

На рис. 2 видно, что в результате применения данной трёхступенчатой программы действия контроля конфликта формируются определённые ограничения деятельности конфликтующих субъектов, в рамках которых развитие событий не ведёт к трансформации в кризис. В отличие от контроля, управление конфликтами является формой целенаправленного воздействия на различные компоненты конкурентного взаимодействия сторон, предусматривающее повышение соответствия их состояния сознательным намерением того или иного субъекта. В этом смысле управление маркетинговым конфликтом – это не просто сложный тип сознательного конструирования действительности, но и особый затратный тип деятельности, требующий применения значительных сил, энергии и ресурсов для достижения цели.

Следует заметить, что различные маркетинговые модели управления конфликтами предусматривают различные конкретные политики с достаточно различными, порой с противоположными целями. Можно выделить следующие цели, характеризующие эти политики [3]:

- *инициация конфликта* подразумевает перманентное обострение имеющихся противоречий, усиление эскалации конфликтов и консервацию остро-конкурентных отношений с целью порождения ситуации, которую можно было бы использовать более эффективно, чем это мог бы сделать конкурент;

- *рутинизация конфликта*, что означает сознательную поддержку возникшей напряжённости в отношениях сторон, с целью использования её в собственных интересах;

- *предупреждение конфликта*, нацеленное на недопущение перехода противоречий в открытую фазу противоборства и нарастания напряжённости;

- *урегулирование конфликта*, ориентированное на снятие остроты (полное или частичное) противоборства сторон, а также на то, чтобы избежать его наиболее негативных последствий;

- *разрешение конфликта*, предусматривающее либо устранение причин конфликта (исчерпание самого предмета спора), либо такое изменение ситуации и обстоятельств, которое породило бы бесконфликтные отношения сторон, исключило бы опасность рецидива разногласий, сняло вероятность нового обострения уже урегулированных отношений;

- *вытеснения конфликта* и другой уровень системы.

Наиболее распространёнными целями в области маркетинговой политики являются регулирование и разрешение конфликтов. Используемые технологии контроля и управления конфликтом неизбежно опираются на необходимость вывода всех теневого, латентных конфликтов в открытую форму, на уменьшение неконтролируемых процессов и последствий данного взаимодействия, на сокращение возможности внезапных обвальных потрясений, на которые невозможно будет правильно и оперативно отреагировать. Необходимо также соблюдать требования последовательного снижения уровня противостояния сторон, расширение системы коммуникаций между ними, выполнения сторонами своих взаимных обязанностей. Достаточно универсальным требованием к формированию технологий урегулирования и разрешения конфликтов необходим учёт наиболее принципиальных внешних и внутренних факторов их возникновения и протекания.

На рис. 3 изображены факторы, влияющие на формы и методы деятельности субъекта управления конфликтом.

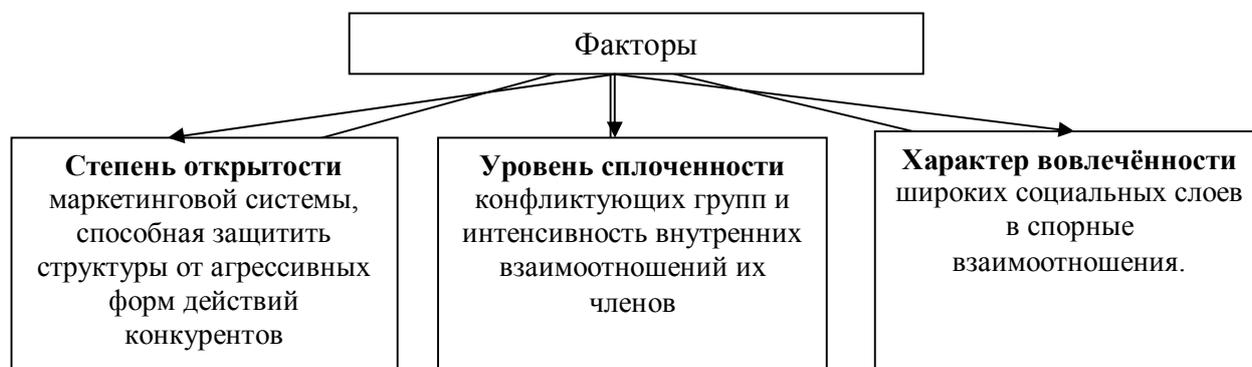


Рис. 3. Факторы влияния на формы и методы деятельности субъекта управления конфликтом

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате всего выше изложенного, можно сделать вывод о том, что маркетинговая политика разрешения конфликтов, а в частности её технологии, имеет в виду не односторонние, а двусторонние действия партнёров. Это означает, что достигнутые в результате их применения соглашения между сторонами расцениваются всеми участниками как справедливое и честное, они добровольно принимают условия соглашения без давления извне, конфликт исчезает с «повестки дня», а между бывшими участниками спора устанавливаются позитивные отношения. Однако нередко конфликты в результате маркетинговой деятельности промышленных предприятий могут приводить к краху конкурентов, изменению рыночной ситуации, вытеснению конкурентов с рынка.

В процессе реализации деятельности руководителям предприятий рекомендуется следовать трёхступенчатой программе действий в процессе осуществления контроля над конфликтной ситуацией, а также учитывать факторы, которые влияют на формы и методы деятельности субъекта управления конфликтом.

Литература

1. Экономический конфликт в аспекте его нематериальных ресурсов: матер. конгресса / науч. ред. Е. И. Степанова. – М., 2001. – С. 278-288.
2. Цибульская М. В. Конфликтология / М. В. Цибульская, Е. С. Яхонтова. – М.: Ваш дом, 2004. – 100 с.
3. Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы / Ю. Д. Красовский. – М.: ИНФРА – М, 1997. – 352 с.
4. Лебедева М. М. Политическое урегулирование конфликтов. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 272 с.
5. Мириманова М. С. Конфликтология: учебник для студ. сред. пед. учеб. заведений. – М.: Академия, 2003. – 320 с.
6. Анцупов А. Я. Системная концепция конфликтов // Мир психологии, 2005. – № 2. – С. 24-35.

УДК 65.014.1

ПРОАКТИВНОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Зикунова А. Н.,

студентка кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Бойко С. В.,

к.э.н., старший преподаватель кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье раскрыта сущность проактивности как понятия теории управления компанией и рассмотрены сопредельные понятия «проактивное поведение», «проактивный менеджмент» и «проактивная стратегия», с помощью которых происходит раскрытие содержания проактивности и практическое обоснование применения данного понятия в управлении деятельностью предприятия.

Ключевые слова: *проактивность, проактивное поведение, проактивный менеджмент, проактивная стратегия, внешняя среда, взаимодействие.*

The article reveals the essence of proactivity as concepts of the theory of management of the company and considered adjacent concept of «proactive behavior», «proactive management» and «proactive strategy» by which occurs disclosure of proactive and practical substantiation of application of this concept in the management of the enterprise.

Keywords: *proactive, proactive behavior, proactive management, proactive strategy, external environment, interaction.*

Постановка проблемы в общем виде. Современные тенденции сближения между различными отраслями науки характеризуются миграцией и перекрёстным использованием терминов. Одним из них является термин «проактивность», который возник в психологии, но

сегодня его используют в технических, биологических, социологических, медицинских, экономических науках. В последнее время данное понятие начали активно применять в теории управления компанией. Активное использование понятия проактивности в теории управления предприятием формирует проблему становления и научного обоснования категории «проактивность», в частности её сущности, принципов и методов практической реализации.

Анализ последних исследований. Понятие «проактивный» впервые введено автором логотерапии В. Франклом в работе «Человек в поисках смысла» для обозначения характеристики личности, которая принимает ответственность за себя и свою жизнь, при этом не ищет причины для объяснения событий, происходящих с ней, в окружающих людях и обстоятельствах [1]. Позже «проактивность» активно исследовали Г. Олпорт, С. Кови, и М. Крант [9], М. Фриз, А. Грант, Ш. Паркер [2] в области психологии, в частности, в изучении поведения персонала. Они исследовали сущность, признаки, принципы и механизмы реализации и мотивации руководством проактивности в персонале компании. Также понятие «проактивность» используется и исследуется в практической плоскости педагогики, IT-технологий, экологии. Зарубежные учёные: И. Ансоф [3], Ф. Дж. Рех [4], А. Нирупама [5], Т. Кариа, Т. Шеа [6], А. Репа, а также отечественные Н. Бушуева, Ю. Ярошенко, Л. Шемаева [7] – понятие «проактивность» исследовали в связке «реактивный – проактивный» как противопоставление модели поведения, которая направлена на предупреждение событий, на политику реагирования на воздействие внешней среды. При этом в работах часто используются понятия «проактивное поведение», «стратегический менеджмент», «проактивная стратегия». Но, несмотря на то, что «проактивность» становится широко используемым понятием в управлении компанией, ещё остаётся много вопросов относительно формирования проактивности как управленческой категории, определения других смежных понятий, которые её раскрывают, и формирование методического аппарата практической реализации.

Целью данной работы является рассмотрение сущности и направлений освещения понятия «проактивность» в теории управления предприятием.

Изложение основного материала исследования. По результатам исследования существующих определений проактивности можно определить данное понятие следующим образом: «проактивность» – признак предприятия, который характеризуется его направленностью на положительные изменения или нивелирование существующих или же возможных негативных явлений во внешней среде посредством формирования и использования инициативности, целеустремлённости, настойчивости, уверенности, самоконтроля, ориентирование на собственные ресурсы, умение анализировать и прогнозировать внешнюю среду, на наличие ответственности перед ключевыми стейкхолдерами за действия и результаты в процессе достижения поставленных целей [2].

Главной чертой проактивности является направленность на предупреждение и предотвращение появления какого-нибудь негативного явления или на создание новых возможностей для внешней среды функционирования компании. Это качественно отличает проактивность от модели реактивности, которая предусматривает реакцию на события, которые уже возникли. В теории управления компанией понятие «проактивность» полностью проявляется и раскрывается в таких понятиях, как «проактивное поведение», «проактивный менеджмент» и «проактивная стратегия». На основе изучения понятия поведения предприятия и имеющихся определений проактивности проактивное поведение можно определить как форму взаимодействия предприятия с внешней средой, в которой предприятие проявляет ведущую, руководящую, активную роль, которая выражается в инициации ним связей с контрагентами и активных действий по воздействию на конфигурацию внешней среды.

Главными признаками такого поведения являются: самостоятельность выбора действий; инициативность; направленность действий на предсказания, а не реагирование на сигналы внешней среды; целеустремленность и долгосрочность внедрения стратегических и тактических программ действий; ответственность за полученные результаты; осуществление постоянного мониторинга и анализа делового окружения. Формой реализации проактивного поведения является проактивный менеджмент компании, под которым понимается стиль управления компанией на основе предвидения развития событий и который направлен на создание и поддержание системы слаженной работы всех отделов компании и обоснованного принятия управленческих решений для внедрения системы мероприятий по реализации инициативы и установление связей со всеми контрагентами и изменения конфигурации внешней среды. Главной задачей проактивного менеджмента является создание максимально комфортной, результативной и эффективной среды функционирования, в которой бы

существовала минимальная возможность появления негативных процессов, максимально возможно устранена неопределённость внешней среды и в то же время созданы новые возможности для деятельности компании. Для достижения поставленной задачи разрабатывается проактивная стратегия, которая предусматривает определение долгосрочных целей и задач, утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для снижения неопределённости внешней среды функционирования и изменения его конфигурации для получения стратегического конкурентного преимущества и конкурентного позиционирования.

Соответственно, при реализации проактивной стратегии менеджментом используются различные методы, которые могут обеспечить достижение поставленных целей. Взаимозависимость и иерархия данных понятий схематично представлены на рис. 1.

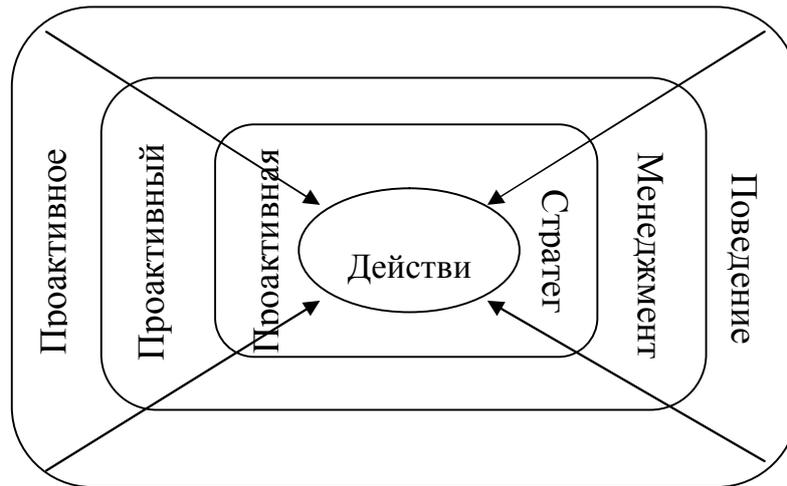


Рис. 1. Иерархия категорий проактивности

Проактивное поведение определяет все остальные уровни проактивного менеджмента, проактивной стратегии и проактивных действий во внешней и внутренней средах.

При исследовании модели системы «предприятие – внешняя среда» в проактивном контексте (рис. 2) можно выделить два блока связей: внешний и внутренний. Данные блоки между собой соединены в одной системе проактивного менеджмента.

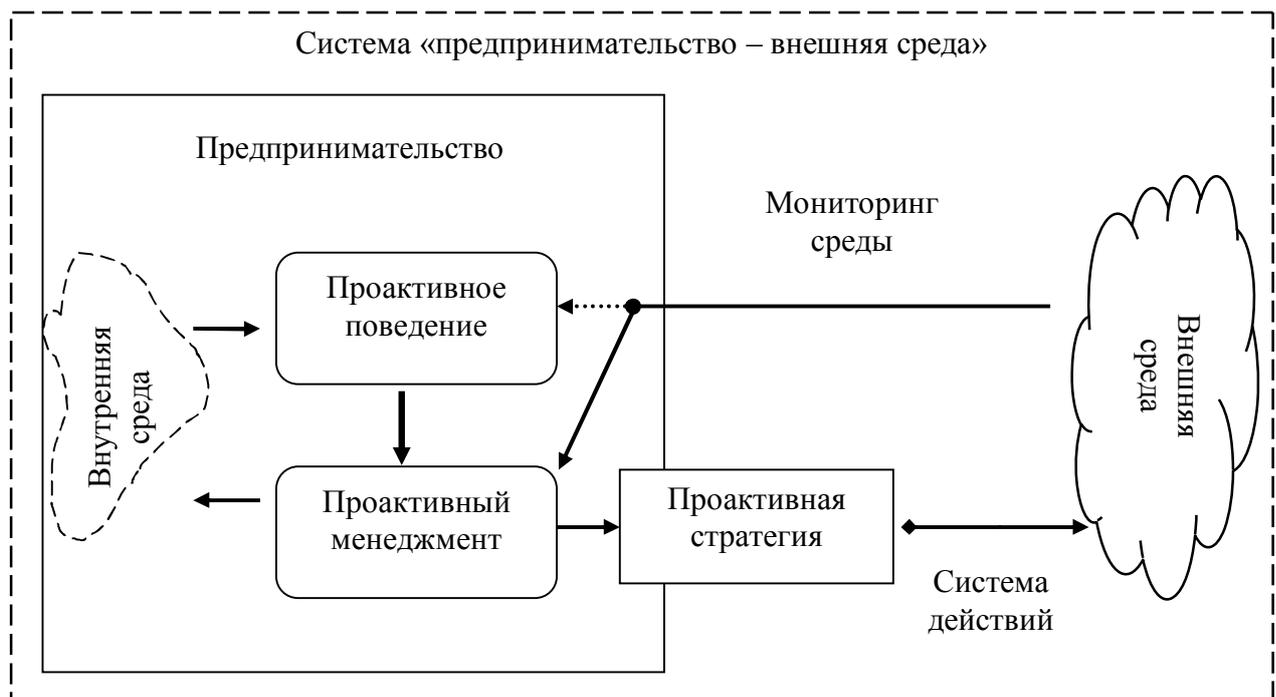


Рис. 2. Модель системы «предпринимательство – внешняя среда» в проактивном контексте

Первый круг связей связан с взаимодействием предприятия с внешней средой, в которой проактивный менеджмент через разработку и реализацию проактивной стратегии проявляет главную, управляющую роль. Но при этом происходит активное изучение компанией своего окружения для выявления потенциальной опасности и возможностей, чтобы или нивелировать их влияние, или, наоборот, по максимуму использовать. В процессе взаимодействия менеджмент компании выстраивает стратегию развития таким образом, чтобы достичь своих стратегических целей и не вступить в антагонистическое противоречие с интересами контрагентов. Это может быть достигнуто как за счёт достижения определённого компромисса, так и через минимизацию влияния или даже удаление определённого элемента из общей структуры внешней среды.

Второй блок связей протекает только в рамках предприятия. Проактивное поведение определяет характер функционирования проактивного менеджмента. В то же время в процессе деятельности компании система менеджмента в той или иной степени изменяет характеристики внутренней среды. А это, в свою очередь, приводит к совершенствованию и изменению характера проактивного поведения.

Проактивный менеджмент способен изучать как саму компанию, так и её окружающую среду и применять меры для изменения, чтобы обеспечить упреждающее развитие. Проактивное предприятие имеет чёткие цели, задачи, миссию, принципы, гибкую организационную структуру. Целью проактивного управления является его направленность на предупреждение возникновения проблем, что, несомненно, повышает устойчивость компании. Во многих случаях, в результате проактивного контроля, проблемы становятся заранее известными, что позволяет заблаговременно спланировать и осуществить мероприятия по их устранению. Проактивное предприятие имеет следующие основные черты:

- понятная долговременная цель;
- позитивное отношение к миру, людям, в том числе к своему персоналу;
- ясное желание развиваться и расти у критической массы работников, менеджеров, собственников;
- свобода выбора и корпоративная свобода;
- миссия, объясняющая её роль в экономическом сообществе;
- видение, ценности и руководящие принципы, определяющие её внутренние процессы и среду;
- корректирующие действия;
- знание методов теории и практики преобразований;
- гибкая система менеджмента, ориентированная на долговременную жизнь, благополучие компании, рост основных показателей деятельности и, конечно же, стоимости предприятия;
- признание и анализ ошибок, несоответствий, дефектов, потерь;
- способность к самоизучению, самообучаемость;
- корпоративная совокупная энергия;
- наличие стратегии реорганизаций.

По масштабам проактивная компания может быть ориентирована [3]:

- на определённую нишу;
- на определённый рынок;
- на совокупность всех рынков.

Проактивная компания должна также ориентироваться на диверсификацию услуг, продуктов, рынка. По содержанию основным составляющим проактивной стратегии компании являются:

- информационные процессы;
- управленческие модели;
- технологии;
- социальные изменения.

Содержание проактивной стратегии компании обуславливается её характером, особенностями деятельности компании и согласованностью между главными элементами основной стратегии компании. Специфика проактивной стратегии компании зависит от вида её деятельности, уровня производственно-технического развития, направления деятельности и объёмов производства. Огромное влияние на содержание и итоги внедрения проактивной стратегии компании оказывают интенсивность и качество взаимосвязи между специализированными и профессиональными отделами. Но в любом случае приоритеты

проактивной стратегии товаропроизводителя ограничиваются её потенциалом в сфере производственной деятельности, а также в сфере сбыта продукции. В результате проведённого исследования можно сформулировать определение понятия проактивной стратегии компании как одного из средств для достижения основных целей компании, выделяющееся из других средств своим подходом, прежде всего, для активного роста компании, всей отрасли, рынка, потребителей. Проактивная стратегия компании подчиняется общей стратегии компании. Она задаёт направления работы, выбор средств её достижения и источники привлечения данных средств. На современном этапе развития экономики проблемы методологического обеспечения стратегии проактивного развития компаний как одно из перспективных организационных направлений развития экономики являются наиболее актуальными. Эффективность проактивной стратегии компании – это сравнение определённых результатов в будущем с возможным негативным влиянием внешней среды. Эффективность проактивной стратегии компании целесообразно сформулировать как относительный показатель эффекта от реализации программы, инвестиционного проекта. Стратегией проактивного развития компании предлагается называть процесс, обращённый на изменение духовных и материальных объектов для их усовершенствования. Стратегией проактивного развития, а именно результативными показателями в масштабах государства, могут быть чистая добавленная стоимость, валовая добавленная стоимость, чистая и валовая прибыль. Для оценки затрат в основном используются материальные затраты, амортизация, а также ресурсы производства (стоимость рабочей силы, основной и оборотный капитал и пр.). Государство в определённой степени способно оказывать влияние на общий уровень развития, используя при этом механизмы кредитно-денежной, налоговой политики, разработки и поддержки в реализации планов социально-экономического развития страны, которые, в свою очередь, оказывают влияние на экономическую стабильность предприятий и отраслей промышленности [4]. На сегодняшний день характеризовать проактивную политику только с точки зрения отношения результатов к затратам нельзя. Ежедневно мир претерпевает изменения: совершенствуются технологии, меняются экономические отношения в обществе, законы. Оценка проактивной деятельности в соответствии с вышеуказанным подходом может привести руководство предприятия к ошибочным выводам о существующем положении дел и перспективах развития организации в будущем.

Поэтому в современных условиях, по мнению автора, проактивную деятельность промышленных структур можно определить как соотношение результата и затрат функционирования промышленных структур, отражающее достижение стратегических целей на основе оптимального использования имеющихся ресурсов и потенциала, позволяющее получать информацию о необходимости трансформации стратегического курса хозяйствующего субъекта вследствие происходящих в процессе его деятельности внешних и внутренних изменений. Само же понятие «проактивная деятельность» – это комплекс научных, технологических, организационных, коммерческих и финансовых мероприятий, направленный на повышение стабильности в компании на рынке.

Выводы и перспектива дальнейших исследований. Таким образом, формирование способности к самодостаточности системы по обновлению и поддержанию жизнедеятельности является одним из важнейших признаков проактивной компании. Поскольку только тогда, когда компания является сильной и самодостаточной системой, можно говорить о том, что она имеет силы и возможность оказывать определённое влияние на окружающую среду. Следовательно, «проактивность» может применяться в управлении деятельностью предприятия через триаду понятий «проактивное поведение», «проактивный менеджмент» и «проактивная стратегия», которые находятся в тесной взаимозависимости между собой и проявляются на разных уровнях и этапах функционирования компании. Важно отметить, что проактивное поведение определяет характер проактивного менеджмента, реализующий конкретные шаги во внешней среде в виде комплексной системной проактивной стратегии. В дальнейшем есть необходимость углубить исследования по определению иерархии и взаимозависимости между категориями. Также есть необходимость изучения методов и инструментов реализации проактивности в управленческой практике компании, а также более углубленного изучения смежных понятий для формирования прикладных методик управления компанией.

Литература

1. Франкл В. Человек в поисках смысла / Man's Search for Meaning / В. Франкл. – М.: Прогресс, 1990. – 301 с.

2. Parker S. K. Modeling the antecedents of proactive behavior at work / S. K. Parker, H. M. Williams, N. Turner // Journal of Applied Psychology. – 2006. – № 91(3). – С. 636 – 652.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое изд. / И. Ансофф; пер. с англ.; под ред. А. Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2009. – 261 с.
4. Reh F. John. Good Management Is Predictive Management Not Reactive Management [Electronic resource] / Reh F. John. – Access mode: <http://www.about.com>
5. Nirupama A. Proactive Vs. Reactive Management [Electronic resource] / A. Nirupama – Access mode: <http://www.ehow.com/ehow-home/>
6. Thomas Carrie Shea. Proactive Vs. [Electronic resource] / T. C. Shea. – Access mode: http://www.ehow.com/facts_5006664_proactive-vs-reactive-business.html
7. Шемаєва Л. Г. Управління стратегічною взаємодією підприємства із зовнішнім середовищем / Л. Г. Шемаєва. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2007. – 280 с.
8. Бушуєва Н. С. Управління проектами та програмами організаційного розвитку: навч. посібн. / Н. С. Бушуєва, Ю. Ф. Ярошенко, К. Ф. Ярошенко. – К.: Саммит – Книга, 2010. – 200 с.
9. Crant M. J. Proactive behavior in organizations / M. J. Crant // Journal of Management. – 2000. – № 26(3). – P. 435 – 462.
10. Rank Johannes. Leadership Predictors of Proactive Organizational Behavior: Facilitating Personal Initiative, Voice Behavior, and Exceptional Service Performance. A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy Department of Philosophy College of Arts and Sciences University of South Florida, 2006.

УДК 658.3

ОСНОВЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Клименко А. В.,

студентка кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Бойко С. В.,

*к.э.н. старший преподаватель кафедры менеджмента непроизводственной сферы,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье определены и обобщены научные подходы выбора стратегии развития корпоративной культуры, сформулированы этапы процесса развития корпоративной культуры и предложена система мероприятий по развитию корпоративной культуры.

Ключевые слова: *корпоративная культура, стратегия развития корпоративной культуры, концепция бизнеса.*

The article identifies and summarizes the scientific approaches of choosing the strategy of development of corporate culture, formulated stages of development of corporate culture and the system of measures for the development of corporate culture.

Keywords: *corporate culture, corporate culture development strategy, business concept.*

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях рост турбулентности внешней среды в условиях кардинальных изменений представления о том, что лучше – жить прошлым или сегодняшним днём, не несёт в себе никакой логики, поэтому проблематика стратегии развития предприятия становится первоочередным вопросом его существования. Это происходит потому, что каждое предприятие действует, опираясь на собственную концепцию бизнеса, представление о целях, продукте и потребителях. Экономическое сознание, мышление, культура управления являются основополагающими факторами для организации и формируют не только прототип её экономической модели, но и стратегию поведения персонала. В то же время в коллективе любого предприятия имеют место такие отношения, которые не поддаются формальной регламентации. Эти отношения складываются по неписанным правилам под влиянием исторического опыта, местных традиций, обычаев и поведения, духовных ценностей и вкусов, которые объединяются в понятие «корпоративная культура». Развитие рыночной среды диктует свои правила для субъектов хозяйствования, в результате чего формируется представление о том, что не только материальный капитал

является основой стабильности и конкурентоспособности, но и интеллектуальный, моральный и культурный потенциал является залогом эффективности и стабильности. В условиях экономики знаний повышение эффективности деятельности организации определяется не только применением новейших технологий и техники, материальной заинтересованностью исполнителей, а, прежде всего, их преданностью делу, уровню благоприятности социальной атмосферы, общности целей, интересов и ценностей. Создание единой системы ценностей, норм и правил, то есть корпоративной культуры организации, способствует объединению работников, служб и предприятия в целом, сосредоточение усилий на достижении стратегических целей.

Актуализируется необходимость ориентированной на долгосрочную перспективу стратегии развития корпоративных ценностей, которая бы сочетала бизнес, стремление предпринимателей и жизненные интересы сотрудников и клиентов.

Анализ последних исследований. Проблемам корпоративной культуры посвящены многие работы иностранных учёных: Г. Деслера, Т. Дейла, К. Камерона, С. Хенди, Г. Хофстеда, Р. Холпа, Е. Шейна [2] и других, а также российских и украинских: О. Г. Балака [3], О. А. Гришновой [5], В. М. Данюк [6], А. М. Колот [7], О. Г. Тихомировой [4], О. Грешновой, М. Семикиной, Т. Соломанидиной, Г. Хаэта, Г. Хаста [1] и т. д., но для нашего времени проблема является открытой для разработок. К тому же сложность и многоаспектность корпоративной культуры требует дальнейших исследований относительно выбора стратегии развития корпоративной культуры.

Определение феномена корпоративной культуры сталкивается с определёнными проблемами, прежде всего, методологического характера. Теория корпоративной культуры находится на этапе формирования и, как отмечает Г. Хаст: «ещё не стала стабильным устойчивым сводом знаний» [1, с. 7]. В широком смысле корпоративная культура – это система ценностей, убеждений, верований, представлений, ожиданий, символов, а также деловых принципов, норм поведения, традиций ритуалов и т. д., которые сложились в организации или её подразделениях за время деятельности и которые принимаются большинством работников (для достижения личных целей и долгосрочных целей организации). Такое толкование корпоративной культуры отражает её стратегическое направление, поскольку в определении Е. Шейна: «Культура – паттерн (шаблон, схема, модель, рамки) коллективных базовых явлений, которые находятся группой при решении проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции» [2, с. 31]. Как отмечает А. Балака: «...процесс разработки и реализации стратегии корпоративной культуры содержит три этапа: диагностика имеющейся корпоративной культуры; создание модели новой корпоративной культуры; коррекция имеющейся (введение новой) корпоративной культуры» [3, с. 61]. О. Тихомирова отмечает, что, прежде всего: «...необходимо определить общие направления развития культуры, будут проводиться изменения, какие цели преследует организация, когда формирует и развивает свою культуру» [4, с. 104]. Итак, для каждого конкретного предприятия очень важен выбор эффективной (рациональной) стратегии становления и развития корпоративной культуры. О. Гришнова и Я. Ольшанская подчеркивают, что «не только ценности существенно влияют на функционирование корпоративной системы, но и корпоративная система влияет на ценности работника. В данном аспекте развитие и саморазвитие должно стать ценностью подавляющего большинства работников компании» [5, с. 228]. В. Данюк и А. Чернушкина обращают внимание на то, что «стратегия развития корпоративной культуры должна чётко коррелировать со стратегией управления персоналом и стратегическими приоритетами организации. Изменение целей и задач деятельности организации в целом и управления персоналом, в частности, обуславливают корректировки принципов корпоративной культуры, изменение ценностных приоритетов, норм и т. д.» [6, с. 104]. Следует отметить, что до сих пор во многих организациях вопросами корпоративной культуры на профессиональном уровне никто не занимается. Проблемы формирования корпоративной культуры часто сводятся к внедрению имиджевых и развлекательных программ, тогда как потенциал корпоративной культуры может быть раскрыт лишь при условии её стратегического направления.

Целью данной работы является теоретическое обобщение принципов и основ выбора стратегии развития корпоративной культуры.

Изложение основного материала исследования. Появление термина «корпоративная культура» и его детальное изучение можно датировать 70-ми гг. XX в. Это обусловлено возникновением новых условий хозяйствования, динамизмом, растущей неопределённостью внешней среды, ростом образования и квалификации персонала, изменениями мотивации

работников. Феномену корпоративной культуры со времен его появления уделялось постоянное внимание, и особенно теперь, когда практически во всех экономических, психологических, социогуманитарных науках такое направление, как «человеческий фактор» и его роль в повышении эффективности производства, является достаточно глубоко исследованным. Сегодня практика менеджмента персонала ставит новые задачи и условия для роста роли нематериальных активов и их важной составляющей корпоративной культуры как составляющей конкурентных преимуществ предприятия. Обобщение наработок учёных по развитию корпоративной культуры позволило сделать вывод о том, что стратегия развития корпоративной культуры должна быть частью стратегии развития персонала, а последняя, в свою очередь, является частью стратегии развития предприятия. Процесс выбора стратегии развития корпоративной культуры состоит из отдельных этапов. Поэтому для развития корпоративной культуры, которая поддерживает стратегию развития предприятия, необходимо придерживаться такого алгоритма управленческих решений.

1. Выбор миссии предприятия, определение стратегии, основных целей и ценностей (приоритетов, принципов, норм поведения).

2. Определение корпоративной культуры, ситуации. Определение соответствия корпоративной культуры, которая сложилась, стратегии развития предприятия.

3. Разработка организационных мероприятий по развитию желаемых ценностей и образцов поведения.

4. Целенаправленное воздействие на корпоративную культуру по преодолению сопротивления изменениям и развития учреждений, которые способствуют реализации разработанной стратегии.

5. Оценка влияния и внесения необходимых корректив.

Результаты социологического обследования ряда предприятий Донецкого региона свидетельствуют, что их руководители (владельцы) уже получили определённый опыт в продвижении корпоративной культуры, так, 40 % считают, что корпоративная культура, как основа конкурентоспособности в идеале должна быть на предприятии; 35 % пытаются сформировать корпоративную культуру с помощью западных технологий; 25 % определяют необходимость корпоративной культуры на своём предприятии, но последовательно проводить работу по её формированию и развитию не хватает специалистов и финансовых средств. Необходимо иметь в виду, что на практике корпоративная культура, которая сложилась, не всегда способствует эффективной работе персонала, поскольку довольно часто прослеживается невысокий уровень доверия как со стороны работников, так и со стороны руководителей. У рабочего отсутствует стремление брать на себя ответственность, проявлять инициативу, нравственно себя вести. Руководителям предприятий и их структурных подразделений, в первую очередь, нужно обратить внимание на развитие таких качеств, как знание науки управления, комплексность мышления, уровень мотивации к работе, информационная открытость, конструктивное восприятие критики, организаторские способности, умение мотивировать, убеждать и разрешать конфликты, инициативность, способность к обучению, профессиональная компетентность. Однако чтобы подчинённые демонстрировали конструктивную деловую активность и инициативность, необходима социальная отвага и большое желание развиваться вместе с предприятием. Такое возможно только при условии, что специально и системно формируется эффективный социально-психологический (инновационно-предпринимательский) климат, сущность которого – привлечение всех сотрудников в процесс развития корпоративной культуры. Для конкретизации действия по развитию корпоративной культуры на предприятии предлагается система мероприятий, указанных в табл. 1.

Таблица 1

Система мероприятий для выбора стратегии развития корпоративной культуры (КК)

<i>Этапы</i>	<i>Содержание работы</i>	<i>Результат</i>
Исследование видения руководства относительно КК	Формирование видения руководства в направлении развития КК	Описание желаемой КК
Исследование существующих инструментов и механизмов КК	Анализ сформированной КК в подразделениях и между ними. Анализ документов, которые регламентируют КК	Отчет о результатах исследования

Диагностика эффективности командной работы	Оценка структуры команд. Исследование компетенции в процессе основной деятельности предприятия. Оценка системы управленческой командой.	Отчет о результатах эффективности диагностики. Рекомендации относительно эффективной организации управления.
Развитие КК	Формирование бизнес-схем процессов коммуникации	Модель системы работ относительно развития КК
Регламентация КК	Документальное описание КК. Разработка положения КК.	Положение о КК
Обучение специалистов методам и технологиям по работе КК.	Проведение тренинга относительно усовершенствования КК для ключевого персонала организации. Проведение тренинга с передачей технологии управления КК	Программа семинара. Обсуждения. Программа тренинга.
Оценка результатов усовершенствования КК	Получение обратной связи от персонала относительно организации КК предприятия	Отчет о результатах оценки

Современные руководители всё чаще рассматривают корпоративную культуру как мощный стратегический фактор, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных работников на достижение главной цели, что позволяет мобилизовать инициативу сотрудников, повышать их личную мотивацию. Сильная корпоративная культура позволяет концентрировать усилия на главных стратегических направлениях развития предприятия, обеспечивает самую высокую продуктивную успешность и приверженность её работников. Таким образом, развитие культуры связано с определением базовых ценностей, нахождением способов социальной сплочённости сотрудников, установлением определённого типа отношений между членами организации, а также с внешней средой [7, с. 14]

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Обобщая выше изложенное, можно сделать выводы о том, что, во-первых, современные вызовы и угрозы бизнесу в настоящее время побуждают руководителей к разработке стратегии развития корпоративной культуры. Стратегия развития корпоративной культуры является частью стратегии развития персонала, а последняя, в свою очередь, является частью стратегии развития предприятия. Во-вторых, новые вызовы и угрозы бизнесу должны побуждать рабочих и руководителей (менеджеров) повернуться лицом к проблематике корпоративной культуры, обучать персонал тонкостям развития и саморазвития, планировать конкретные меры по выбору стратегии развития корпоративной культуры как важной составляющей стратегии управления персоналом.

Перспективным направлением дальнейшего исследования может стать диагностика мотивационных диспозиций персонала относительно трудовой деятельности и поддержание эффективной корпоративной культуры. На основании полученного перечня мотивационных диспозиций возможна разработка мер по мотивации инновационной культуры.

Литература

1. Хае Г.Л. Корпоративная культура и ценности человечества / Г. Л. Хае, О. А. Медведева – Краматорск; ДГМА, 2001. – 281 с.
2. Шейн Е. Организационная культура и лидерство / Шейн Е.; пер. с англ., под. ред. В.А. Сливка – СПб; Питер, 2002. – 336 с.
3. Балика О.Г. Стратегічне спрямування корпоративної культури. Формування ринкової економіки/ О.Г. Балика // Спец.вид. у 3 т. Соціально-трудові відносини:теорія і практика: зб. наук. праць. – К. КНЕУ, 2010. – Т. 1. – 549 с.
4. Тихомирова О.Г. Организационная культура / О.Г. Тихомирова. – СПб. – ГУНТМО, 2008. – 154 с.
5. Грішнікова О.А. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в корпоративній системі. Формування ринкової економіки / О.А. Грішнікова, Я. О. Ольшанська //

Спец. вип. у 3 т. Соціально-трудо́ві відносини: теорія і практика: зб. наук. праць. – К. КНЕУ, 2010. – Т. 1. – 549 с.

6. Данюк А.М. Сучасне розуміння корпоративної культури / В.М. Данюк, О.О. Чернушкіна // Спец. вип. у 3 т. Соціально-трудо́ві відносини: теорія і практика: зб. наук. праць. – К. КНЕУ, 2010. – Т. 1. – 549 с.

7. Колот А. М. Соціально-трудо́ва сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку. Формування ринкової економіки / А.М. Колот // Спец. вип. у 3 т. Соціально-трудо́ві відносини: теорія і практика: зб. наук. праць. – К. КНЕУ, 2010. – Т.1. – 549 с.

УДК 14:159.9

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ВОПЛОЩЕНИЯ ФАНТАСТИКИ В РЕАЛЬНОСТЬ

Ушаков В. В.,

студент факультета государственного управления,

Кирилеева А.С.,

*к.э.н., доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела,
Донецкий государственный университет управления, г.Донецк*

В статье описывается жизнь, которой движет фантастика. Фантастика является тем, что наталкивает на новшества как в жизни, так и в книге. Автор описывает фантастику как основополагающую силу всего нового, всего, что люди считают невероятным. Все, что изменяет мир, является двигателем прогресса. В статье рассматриваются все аспекты жизни, такие, как религия, технологии, архитектура, культура и т. п. Автор также описывает разновидность фантастических жанров, которых существует целое множество, и каждый из них по-своему уникален. Один из них описывает: безупречную модель общества, другой – говорит о религии, третий – о научном прогрессе. И каждому из них присуще что-то необычное и новое. Таким образом, автор хотел показать, насколько фантастика взаимодействует с нашей жизнью и сколько у нас общего с тем, что когда-то было всего лишь воображением. Также в статье было проведено исследование, какой из жанров интересует население больше всего, этим жанром оказались ужасы – которые будоражат кровь и навевают кошмары на людей.

Ключевые слова: *фантастика, фэнтези, ужасы, научная фантастика.*

The article describes the life that is driven by fantasy. Fantasy is what leads to innovation, both in life and in the book. The author describes fiction as a fundamental force of all new, just that people believe the unbelievable. All that changes the world is the engine of progress. The article discusses all aspects of life, such as religion, technology, architecture, culture, etc. the author Also describes the fantastic variety of genres, there is a whole set and each one is unique. One of them describes: perfect model of society, the other says about religion, the third about scientific progress. And each of them possesses something unusual and new. Thus, the author wanted to show how fiction interacts with our lives and how much we have in common with what once was just imagination. Also in the article, a study was conducted which genres are interested in the population most, this genre was horror – which excite the blood and brings nightmares to people.

Keywords: *science fiction, fantasy, horror, science fiction.*

Постановка проблемы. Человечество никогда бы не достигло положительных результатов в освоении космоса, в медицине, в науке и технике, если бы не умело мечтать. В наш 21 век мы замечаем, как многое невозможное когда-то сегодня стало для нас привычным. Мы легко поднимаемся в небо и легко погружаемся под воду, мы выводим новые виды растений и животных, а ведь все это когда-то было фантастикой.

Цель исследования. Узнать, насколько фантастика взаимодействует с реальным миром. Ознакомиться с основоположниками жанров фантастики, таких, как: Дж. Р. Толкин, С. Кинг,

Дж. Мартин, Р. Желязны и др. Показать, какой из жанров наиболее популярен среди населения, изучить статистические данные по ним.

Актуальность исследования: в современном мире тема очень распространена, большинство людей заинтересовано фантастикой, она актуальна во многих проявлениях: таких, как литература, кинематография, компьютерные игры. Фантастика очень захватывает людей, это самый интересующий и самый прогрессирующий жанр в наше время. Тема изучена на сегодняшний день очень слабо и требует дополнительных исследовательских работ.

Изложение основного материала. Фантастика остаётся основоположником всего как в религии, так и в жизни. Её мы можем повстречать во многом: архитектуре, кинематографии, литературе и т. п. Одним из самых популярных жанров, который захватывает внимание нынешнего поколения, является хоррор. То, что не имеет на первый взгляд ни малейшего значения, на самом деле является одним из самых важных вещей в нашем сознании. Это то, что воплощает мечты, идеи великих умов. Даёт надежду на то, что мир будет развиваться и, то, что было всего лишь воображением, станет явью. Фантастика в переводе с греческого языка означает «искусство воображать», воплощать в жизнь то, что сделает нашу жизнь лучше и позволит расширить наше мировоззрение, даст возможность взглянуть на старые и обыденные вещи с нового ракурса. Фантастика – древнейший элемент человеческой культуры. С древних времён люди воображали, пытаясь описать всё невероятное, что с ними происходило, этим самым наделяя обычные вещи фантастическим смыслом, объясняя явления, действия которые невозможно было описать научным методом. Фридрих Энгельс писал: «... Всякая религия является не чем иным, как фантастическим отражением в головах людей тех взвешенных сил, которые господствуют над ними в их повседневной жизни, – отражением, в котором земные силы принимают форму неземных...» [3]. В те времена люди оживляли всё подряд: огонь, воду, ветер, грозу и т. п. Именно тогда, когда несуществующие духи завладели умами и воображением людей, и появилась фантастика. Вернее, её зачатки. Это была ещё не фантастика, а религия, язычество, пантеизм. Люди начали думать о загробной жизни, о будущем и прошлом. Жрецы Древнего Египта были одним из воплощений людского воображения, наделяя их возможностями, не присущими простым людям. В Древнем Египте вся культура была основана на вере в то, что человеческая жизнь – это всего лишь подготовительный этап к будущей жизни. Египтяне верили, что человеческий сон даёт возможность нашей «запертой» душе побывать на воле и насладиться миром. Также они утверждали, что после смерти человека его душа может остаться в его портрете, но чтобы душа не ошиблась – портрет обязан был быть копией оригинала. Именно так и появился знаменитый на весь мир портрет Нефертити. Портреты изготавливались с надлежащей осторожностью, использовали при этом мягкий песчаник, а на места глаз вставляли кусочки слюды.



Примером такой фантазии является роман Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея». И разве это не фантастика, наделять людей божественной силой, давать людям надежду на жизнь после смерти и на то, что душа человека бессмертна. Человеческая жизнь коротка, и один из главных страхов – это страх покинуть этот мир навсегда. Поэтому мечта о том, чтобы жить вечно, всегда будет актуальной и будет будоражить умы и сердца людей. Русский фантаст, написавший роман «Свет в окошке», нарисовал своё видение загробного мира, который совсем не похож на религиозные представления мира после смерти. Это мир, в котором правят деньги, и количество их зависит исключительно от памяти, которую оставил после себя умерший в реальной жизни. За эти деньги можно приобрести невиданное могущество, но как только о человеке забудут, он исчезает окончательно [2]. Мифология Древней Греции в некоторой степени тоже фантастика. Вначале существовал только безграничный Хаос. Весь мир и бессмертные боги – всё это возникло из Хаоса. Одним из представителей этой фантазии нынешнего времени является Роберт Желязны, который написал серию книг под названием «Хроники Амбера», где описана жизнь Королевской семьи, которая являлась началом жизни Хаоса. Мифология и религия, неся в себе элементы фантастического, явились основой для создания таких великих произведений искусства, как пирамиды в долине Гизе, храм Парфенон в Афинах и собор Парижской Богоматери в Париже [3].

Народное творчество многих стран было наполнено многими чудесными и в то же время устрашающими существами, такими, как драконы, русалки, гномы, ведьмы. В наших русских поверьях – это домовые, которые до нашего времени живут в наших домах, наблюдая за уютом и порядком. Все эти легенды и поверья наряду с техническими и научными чудесами создали, наконец, фантастику! Одной из самых больших ошибок нашего человечества является недооценённость фантастики как подвижной силы нашего мира. Каждый из нас, начиная с самого детства, мечтает о чём-то, воображает себя кем-то, и это прекрасно. Многие лучшие специалисты своего дела грезил о своём призвании. Воображение даёт нам надежду на лучшее будущее, каждый из нас может добиться потрясающих успехов, развить свои сильнейшие качества и показать себя. Всё это фантазия человека, она позволяет нам взглянуть на себя со стороны, представить себя в роли героя, наделяя себя любыми фантастическими возможностями. Каждое из новейших достижений человечества также ведёт к тому, что фантазии человека безграничны, а умение их достигать и воплощать в жизнь будет всегда присутствовать в жизни человека.

Человечество никогда бы не достигло положительных результатов в освоении космоса, в медицине, в науке и технике, если бы не умело мечтать. В наш 21 век мы замечаем, как многое невозможное когда-то, сегодня стало для нас привычным. Мы легко поднимаемся в небо, мы легко погружаемся под воду, мы выводим новые виды растений и животных, а ведь всё это когда-то было фантастикой. В одной из книг Жюль Верна есть описание мясного дерева. Почти всё из сотворённого этим удивительным человеком сбылось, осталось дожидаться, когда же человечество научится выращивать мясо на деревьях. И тогда книги Жюль Верна можно смело относить не к жанру фантастики, а поставить в один ряд с Нострадамусом [1]. Фантастика, даже если мы этого и не замечаем, заполонила наш мир, дала возможность насладиться многими произведениями искусства, направляя человеческие души на что-то неизведанное, новое. Представители таких жанров, как фантастика, положили начало открытиям таких вещей, о которых человек и не задумывался ранее. Один из главных представителей жанра – научная фантастика. НФ – это жанр в литературе, кино и других видах искусства. Она основывается на фантастических допущениях в науке и технике. Эти произведения наряду с футурологией прогнозируют развитие человечества в будущем, давая возможность новым открытиям, изобретениям, неизвестным ранее фактам, путешествиям в космос и перемещениям во времени. Всё это только мечты, которые со временем могут воплотиться во что-то большее. Писатель Сергей Снегов в предисловии к своей книге «Люди как боги» писал: «Раз фантастика, значит, нечто выдуманное, нечто отличное от реальной действительности. А раз научная, то, стало быть, в чем-то соответствует законам развития и познания мира, выражает какую-то реальность природы и человека – хоть и выдуманное, но правдивое зеркало глубинной человеческой сущности» [2]. Возвращаясь к техническому прогрессу, ненароком задумываешься, как человек дошёл до этого, каким образом он оживил то, что пару сотен лет назад представлялось магией. К примеру, описанное во многих романах клонирование существ со временем стало реальностью и в жизни. В 1996 году было произведено первое известное клонирование млекопитающего животного овечки по кличке Долли. Разве происходили бы такие необычайные вещи, если бы человек не умел мечтать, не обладал бы способностью воображать? Связывались бы мы по мобильным телефонам через сотни и тысячи километров, узнали бы мы, насколько велика наша планета и какие ресурсы и возможности она может нам предоставить? Существовали бы сейчас те государства и те сообщества, которые заполняют нашу планету?



- Научная фантастика
- Фэнтези
- Ужасы
- Религиозная фантастика
- Социальная фантастика
- Альтернативная история
- Антиутопия

Рис. 1. Жанры фантастики

Все эти достижения были воплощены в жизнь только благодаря мечте человека узнавать, покорять, изменять реальную действительность. Одним из самых любимых жанров в литературе остаётся фантастика. Полёт фантазии писателя настолько разнообразен, что каждое произведение настолько неожиданно, что вызывает восхищение. Фантастика разделяется на множество поджанров, что даёт возможность внедриться во все отрасли жизни [4, 5].

Какой из жанров наиболее востребован? Многие думают, что ответ им известен. Но это мнение оказывается ошибочным, так как наиболее интересующим жанром для нынешнего поколения является хоррор. Многих заинтересует, почему именно ужасы, ведь реальных ужасов хватает во всех уголках земного шара, включая и те, что нам когда-то казались эдаким «раем на Земле», эталоном благополучия и стабильности. Имеет смысл вспомнить и о том, что именно хоррору, как правилу, всегда достаётся больше критики населения.

Таблица 1

Жанры фантастики

Фэнтези	<p>Фэнтези это жанр фантастической литературы, основанный на использовании мифологических и сказочных мотивов. Был сформирован как жанр в XX веке. С середины века огромное влияние на формирование современного облика фэнтези оказал Джон Рональд Руэл Толкин</p> <p>Произведения фэнтези чаще всего напоминают историко-приключенческий роман, действие которого происходит в вымышленном мире, близком к реальному. Герои часто сталкивались с вымышленными существами и чудовищами. В отличие от научной фантастики, фэнтези не стремится объяснить мир, в котором происходит действие произведения, с точки зрения науки. Сам этот мир существует только в голове создателя, часто его местоположение относительно нашей реальности никак не оговаривается: то ли это параллельный мир, то ли другая планета, а физические законы могут кардинально изменяться от нашего. В таком мире может быть реальным существование богов, колдовства, мифических существ (драконы, эльфы, гномы, тролли), привидений и любых других фантастических существ. Но в то же время большое отличие волшебства фэнтези от сказочных аналогов в том, что чудеса, которые там происходят, являются нормой описываемого мира и действуют системно как равные с законами природы.</p>
Ужасы	<p>Главная особенность хоррора и его отличие от фэнтези – беспомощность человека перед сверхъестественными силами. Оккультная мистика, могущественные потусторонние чудовища, сверхъестественные силы или катастрофические явления не подвластны воле человека. Ужасы чаще всего характеризуются насыщенной атмосферой страха и безысходности. На сегодняшний день эта тема очень популярна в кинематографии.</p> <p>Яркие представители: Г. Ф. Лавкрафт, Клайв Баркер, Дин Кунц, Стивен Кинг.</p>
Религиозная фантастика	<p>Чудесное объясняется вмешательством божественных или демонических сил, принадлежащих той религии, которую исповедуют потенциальные читатели текста (религии, присущей данной культуре). В том случае, когда боги и демоны относятся к какой-либо иной религиозно-мифологической системе, мы имеем дело с фэнтези.</p> <p>Примеры: «Мастер и Маргарита» М. Булгакова, «Расторжение брака» К. С. Льюиса</p>
Твердая научная фантастика	<p>Научная фантастика (НФ) – это литература, сюжет которой разворачивается вокруг какой-то пусть фантастической, но всё-таки научной идеи. Точнее будет сказать, что в научной (твердой) фантастике изначально заданная картина мира логична и внутренне непротиворечива. Сюжет в НФ обычно строится на одном или нескольких как бы научных допущениях («возможна машина времени», «передвижение в космосе быстрее света», «надпространственные тоннели», «телепатия и прочее»).</p>
Альтернативная история	<p>Как правило, единственный элемент чудесного – историческое допущение: если бы в какой-то ключевой момент история пошла по другому пути, то: результатом может быть победа Германии во Второй мировой войне. («Человек в Высоком Замке» Ф. Дика), («Павана» К. Робертса), («Сказание о мастере Элвине» О. С. Карда)</p> <p>Сам момент, когда произошло изменение, обычно не изображается, но упоминается. Почти исключение: в романе У. Мура «Дарю вам праздник» описана история США после победы Юга в гражданской войне;</p>

	<p>герой, отправившись на машине времени в прошлое, невольно помогает северянам победить при Геттисберге.</p> <p>Время действия альтернативной истории чаще всего совпадает со временем написания текста (Дик), реже относится к прошлому (Кард) или будущему (Робертс). В «Паване» после ядерной войны и гибели человечества история «пошла по второму кругу», включая пришествие Христа, но на этот раз королева Елизавета была убита и Реформация подавлена.</p> <p>Писатель чаще всего ограничиваются изображением одного варианта событий. Иногда становится возможным проникновение из одного мира в другой (Дик, «Миссионеры» Е. и Л. Лукиных).</p> <p>Альтернативная история может пересекаться с фэнтези (Робертс, «Операция «Хаос» П. Андерсона) и религиозной фантастикой</p>
Социальная фантастика	<p>Фантастическое допущение хоть и является обязательным элементом социальной фантастики, выполняет вспомогательную роль инструмента, а не самоцели.</p> <p>Главная цель социальной фантастики раскрыть законы развития общества, попавшего в новые и непривычные для человечества условия, изучить вопросы развития человеческой цивилизации, сущность человека, его взаимодействие с внеземным разумом и природой. Социальная фантастика в большей степени связана не с естественными науками, а с гуманистическим направлением литературы.</p> <p>Пример: Святослав Логинов «Свет в окошке»</p>
Утопия	<p>Утопия – жанр художественной литературы, близкий к научной фантастике, этот жанр описывает идеальную с точки зрения автора модель общества. В отличие от антиутопии характеризуется верой автора в безупречность модели.</p> <p>Название жанра происходит от одноимённого произведения Томаса Мора – «Золотая книжечка, столь же полезная, сколь и забавная о наилучшем устройстве государства и о новом острове Утопия», в котором «Утопия» лишь название острова.</p> <p>Утопия присутствует во многих мифологических мотивах всех народов. Начало жанра было положено ещё трудами античных философов, посвящённых созданию идеального государства.</p> <p>Самым известным из них является «Государство» Платона, он описывает идеальное государство, построенное по образу и подобию Спарты, но опуская такие недостатки как повальная коррупция, взятки были распространены по всему государству от низов и до царей, а также угроза восстание рабов и ужасный дефицит граждан.</p> <p>Жанр появляется вновь в Эпоху Возрождения, что связано с именем Томаса Мора, написавшего «Утопию». После этого начался расцвет жанра утопии с активным участием социал-утопистов</p>
Антиутопия	<p>Антиутопия – жанр в художественной литературе, описывающий государство, в котором возобладали негативные тенденции развития (в некоторых случаях описывается не отдельное государство, а мир в целом). Антиутопия является полной противоположностью утопии.</p> <p>Впервые слово «антиутопия» как противоположность «утопии» употребил английский философ и экономист Джон Стюарт Милль в 1868 году. Сам же термин «антиутопия» как название литературного жанра ввели Гленн Негли и Макс Патрик в составленной ими антологии утопий «В поисках утопии».</p> <p>В середине 1960-х годов антиутопия упоминается в советской, а также англоязычной критике.</p> <p>Существует также точка зрения (как в России, так и за рубежом), различающая антиутопию и дистопию. Согласно ей, в то время как дистопия – это «победа сил разума над силами добра», абсолютная антитеза утопии, антиутопия – это лишь отрицание принципа утопии, представляющее больше степеней свободы. Тем не менее, термин «антиутопия» распространён гораздо шире и обычно подразумевается в значении dystopia.</p>

Шокирующие фильмы ужасов, как это ни странно, и, правда, многих шокируют, вызывая резко негативную реакцию. Отсюда – высказывания в духе «это вредно», «надо запретить», хотя проведённое нами исследование и не претендует на абсолютную точность и достоверность. Эти результаты не дадут ответа на вопрос, какой жанр самый популярный. Для

этого слишком много факторов остаются не учтёнными. Но цифры, которые были получены в результате исследований, помогут ответить на другой вопрос: что наиболее популярно. Для проведения исследования использовались уже имеющиеся, работающие в Интернете средства сбора определённой статистики. Первое – это статистика популярности запросов в поисковой системе Яндекс. Второе – это внутренняя система поиска самой популярной социальной сети, которой оказалась сеть Вконтакте. Было специально использовано два независимых друг от друга источника статистических данных. Данные Яндекса позволяют судить о том, как часто люди ищут в Яндексе что-то тематическое. Данные по группам и пабликам Вконтакте, в свою очередь, дают информацию о массовости, о том, какое количество участников подписано на определённую тематику. Для проведения исследования были взяты слова, определяющие тематику, а конкретно: ужасы, фантастика, фэнтези, детектив.

1. Яндекс

Понятно, что это могут быть и запросы типа «ужасы политики» или что-то подобное, не имеющее отношения к самому жанру.

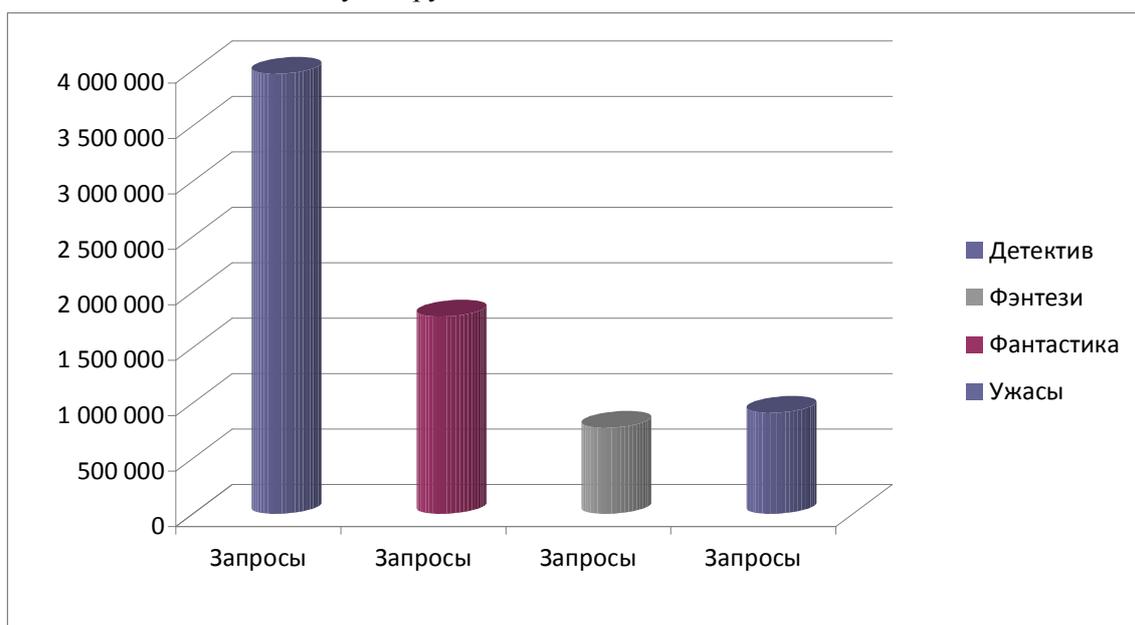


Рис. 2. Статистика показателей запросов о фантастике по Яндексу

Однако «подбор слов» говорит о том, что такое смысловое соответствие составляют ничтожно малую часть в сравнении с другими, тематическими («фильмы ужасов», «смотреть ужасы», «лучшие ужасы» и т. п.). Полученные результаты говорят о том, что в поиске Яндекса материалы со словом «ужасы» ищут гораздо чаще, чем со словами «фантастика», «фэнтези» или «детектив». Почти 4 миллиона поисковых запросов за месяц. Как видите, три запроса по другим популярным жанрам в сумме дают даже чуть меньше. А ведь можно вспомнить ещё о запросах, синонимичных «ужасам» – «страх» (результат – 660 525), «мистика» (251 793), «кошмар» (218 620). Главный вывод по исследованию поисковых запросов Яндекса: ужасы и связанное с ними ищут как минимум не реже, чем фантастику, фэнтези или детективы. Со всеми возможными оговорками, претензиями, спорами, этот вывод остаётся абсолютно бесспорным.

2. Вконтакте

В социальной сети Павла Дурова есть свой внутренний поиск, причём здесь можно искать не только по аудио и видео, но и по новостям и группам. Будет использоваться именно последний вид поиска, поскольку результаты в нём выводятся, *во-первых*, по релевантности, а *во-вторых* – по числу участников-подписчиков, т. е. используя этот поиск, можно быстро найти самые массовые, самые популярные группы и паблики по интересующим темам. Для исследования было взято по 5 первых групп и паблик-страниц по каждому из запросов и суммировались полученные результаты. Данные именно по нескольким группам брались в виду того, что в общем и целом поиск Вконтакте не идеален, какие-то весомые группы могут в его выдачу и не попасть. Поэтому ориентироваться лучше на группу результатов, а не на один. При этом, конечно, надо понимать, что один и тот же человек может быть подписчиком множества групп и пабликов. Порядок говорит об определённых тенденциях, позволяет сделать

выводы, а конкретные цифры могут варьироваться. И вновь результаты говорят, что жанром, интересующим население, является жанр ужасов. Пятёрка сообществ, которые поиск Вконтакте выдаёт по этой теме первыми, набирает в сумме почти 1,5 миллиона подписчиков/участников, а самая популярная страница из этой пятерки имеет более 440 тысяч подписчиков. Ещё целый ряд групп и пабликов по теме «ужасы» имеют от 100 до 400 тысяч подписчиков. Группам по фантастике и фэнтези подобные результаты и не снились – здесь лишь одна группа, объединяющая в себе и фантастику, и фэнтези, имеет более ста тысяч участников. В социальной сети Вконтакте десятки групп и пабликов, посвящённых ужасам, имеют десятки и десятки тысяч подписчиков и участников, а вот для других жанров такого «спроса» не наблюдается, там группы редко набирают более десяти тысяч участников. На самом деле можно говорить даже не о равенстве, а о явном преобладании ужасов над фантастикой, фэнтези и детективом в рунете.

Итоги этого поиска таковы:



Рис. 3. Статистика показателей подписчиков по группам фантастики

Порядок приведённых цифр вполне позволяет делать такие выводы. А вот о чём совершенно точно нельзя говорить, так это о том, что ужасы менее популярны, чем другие жанры. На фоне многократного «перевеса» ужасов (и по статистике Яндекс, и по статистике Вконтакте) считать ужасы не столь популярными, как фантастика, фэнтези или детектив будет весьма не правильно. На самом деле можно говорить даже не о равенстве, а о явном преобладании ужасов над фантастикой, фэнтези и детективом в Рунете. Порядок приведённых цифр вполне позволяет делать такие выводы.

3. Google

Третий в списке исследования является сервис «империи добра» Google. Сервис называется «тренды» и позволяет получить данные по статистике поисковых запросов Google в виде наглядных графиков за различные периоды времени, по различным странам. Google-поиск остаётся вторым по популярности поисковиком рунета после Яндекса, так что эти данные также весьма показательны.

Для получения ниже приведённого графика были указаны следующие параметры:

1. Страна – Россия.
2. Период – с января 2010 по апрель 2015 года.
3. Тематическая категория – Искусство и развлечения.
4. Поиск – по Интернету.

Расшифровка графика: синий цвет – ужасы; красный – фантастика; желтый – фэнтези; зеленый – детектив (рис. 4).

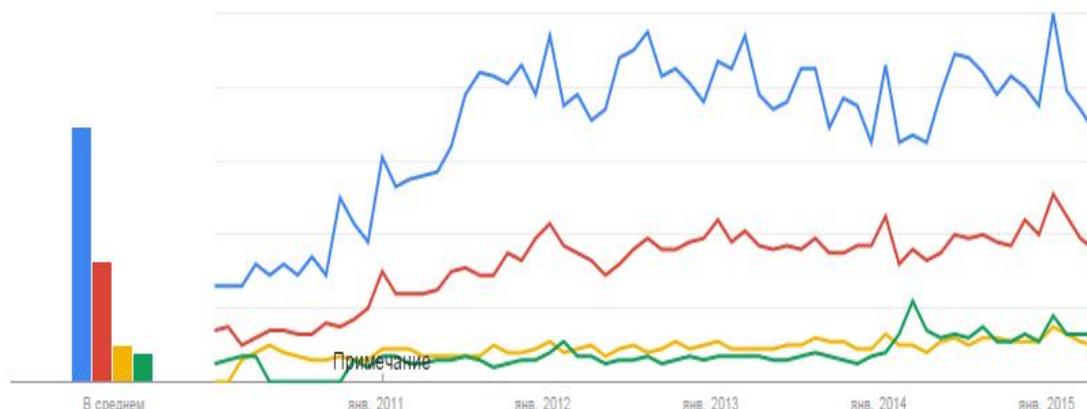


Рис. 4. Статистика показателей запросов о фантастике по Google

Таким образом, данные Google абсолютно коррелируют со статистикой, полученной от Яндексa и Вконтакте. Сразу три независимых друг от друга крупных сервиса свидетельствуют: ужасы в целом не просто популярны; они, судя по всему, более популярны, чем другие жанры массового искусства.

Выводы. Из этого всего можно сделать вывод о том, что первенство занимает жанр «хоррор», выигрывая как жанр перед чистой фантастикой. Но с другой стороны, ужасы, фэнтези в своей разновидности также являются фантастикой, что делает её также лидером в этой гонке популярности, а также главным двигателем в жизни человека и тем, что помогает нам жить в тяжёлые минуты нашего существования. Чтобы ответить на вопрос, почему мы любим фантастику? Можно привести слова одного писателя современности, Джорджа Рэймонда Ричарда Мартина: «Мы читаем фантастику, чтобы вернуть утраченные краски, ощутить вкус пряностей и услышать песню сирен. Есть нечто древнее и истинное в фантастике, затрагивающее глубокие струны в наших душах. Фантастика обращается к спрятанному глубоко в нас ребёнку, который мечтает, что будет охотиться в лесах ночи, пировать у подножия гор и найдёт любовь, которая будет длиться вечно где-то к югу от Оз и к северу от Шангри-Ла».

Таким образом, можно обратить внимание на великих людей, которые не побоялись мечтать и воплотить своё воображение в действительность, добиться небывалых высот в своих начинаниях, не останавливаясь в тяжёлые минуты, видеть что-то чудесное в обыденном, делать то, что может изменить нашу жизнь. Среди них можно выделить такую личность, как Томас Альва Эдисон, который своим воображением добился многих вещей: он усовершенствовал телеграф, телефон, киноаппаратуру, разработал один из первых коммерчески успешных вариантов электрической лампы накаливания, изобрёл фонограф. Чем больше людей впустят в свою жизнь фантастику, тем больше будет таких замечательных открытий.

Литература

1. Классификация фантастики:
http://cyclowiki.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D1%84%D0%B0%D0%BD%D1%82
2. Фантастика: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D4%E0%ED%E2%E0%F1%F2%E8%EA%E0>
3. История фантастики
http://library.kiwix.org/wikipedia_ru_all_09_2013/A/%D0%A4%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%81%D1%82.html
4. Жанры фантастики в литературе:
<http://demsvet.ru/fantastika/zhanryi-fantastiki-v-literature>
5. Жанры фантастики:
<http://bukka.com.ua/fantast.html>
6. Яндекс Подбор Слов:

<https://wordstat.yandex.ru/#!/history?words=%D0%B4%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2>

7. Google Тренды

8. Вконтакте – vk.com

УДК 334.72: 504

КОРПОРАТИВНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ЭКОЛОГИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Попова Д. Э.,

студентка группы кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Бойко С. В.,

к.э.н. старший преподаватель кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье рассмотрена промышленная экология, ее особенности, связь с экологическим менеджментом, определение ее как составляющей в управлении предприятием.

Ключевые слова: *экология, окружающая среда, экологический менеджмент, управление, промышленность, отходы.*

In the article the industrial ecology, its characteristics, the relationship with environmental management, the definition of it as a component in the management of the enterprise.

Keywords: *ecology, environment, environmental management, industry, waste.*

Постановка проблемы в общем виде. Любая общественная деятельность имеет экологическое измерение. Сегодня пришло время новых отношений с окружающей средой, возникла настоятельная необходимость перехода на другой уровень материального потребления. С уверенностью можно констатировать, что современный уровень потребления ресурсов постепенно выходит за пределы возможностей окружающей природной среды, растет количество отходов, возможности их утилизации и переработки ограничены. Нельзя не согласиться с мнением о том, что крайне необходимо перейти на новые отношения доминирования и подчинения между ведением хозяйства и природой. Между этими составляющими решающим является макро экологическая парадигма: экономика должна развиваться в рамках законов природы [1]. Данный постулат требует выработки новой эколого-экономической политики, действенной нормативно-правовой базы. Не следует забывать и о том, что истощение природных ресурсов, составляющих сырьевую и энергетическую базу экономики, ограничивает перспективы ее развития. Деятельность промышленных предприятий непосредственно связана с окружающей средой. Взаимодействие промышленности и окружающей природной среды, оценку и минимизацию негативного влияния изучает одна из областей экологии – промышленная экология.

Анализ последних исследований. Вопросам корпоративной промышленной экологии как составляющей управления предприятием посвящены работы таких ученых как Т. А. Акимова, В. В. Хаскин [1], Э. В. Гирусова [2], В. А. Зайцев [3], Ю. В. Бабина, Э. А. Варфоломеева [4]. Результат анализа работ, представленных ученых, позволяет отметить, что хотя и существуют определенные программы в сфере промышленной экологии, как на национальном, так и на международном уровнях, но их действие и принципиальные изменения, которые должны происходить, вызывают определенные сомнения.

Целью статьи является рассмотрение основных положений экологии, связь с экологическим менеджментом и определение ее как составляющей управления предприятием.

Изложение основного материала исследования. Концепция промышленной экологии рассматривает производственную систему во взаимодействии с окружающими системами. Промышленная экология предусматривает системный взгляд, в рамках которого должен быть оптимизирован общий материальный цикл от первичного источника сырья до конечного материала, и до конечной утилизации. Факторы, которые необходимо оптимизировать при

этом: ресурсы; энергия; капитал. Проблематика, которую охватывает промышленная экология касается изучения отдельных продуктов, их экологического воздействия на разных стадиях жизненных циклов, особенностей функционирования производственного комплекса. В этом контексте отдельно рассматриваются сырье, полуфабрикаты, которые образуют входные потоки и производимые продукты, выбросы и сбросы в воздух, воду, почву, отходы энергии, которые преобразовывают в тепло и шум, и образуют выходные потоки. Исходя из этого, подход к экологии направлен на оптимизацию бюджетов и циклов, как входящих, так и исходящих потоков в производственных системах. Отдельным вопросом в промышленной экологии является вопрос отходов, которых, по мнению промышленных экологов, вообще не должно быть. Одним из базовых элементов экологии является проектирование с учетом окружающей среды, под этим подразумевается инженерный подход, и в котором оптимизируются характеристики продукта в окружающую среду. Далее представлены некоторые аспекты взаимодействия промышленности и окружающей среды с учетом экологии по определенным видам деятельности (табл. 1).

Таблица 1

Аспекты взаимодействия промышленность – окружающая среда

<i>Деятельность</i>	<i>Восстановление</i>	<i>Переработка, захоронения</i>	<i>Промышленная экология</i>
Фокус	Локальный объект	Локальный объект	Глобальный
Цель	Уменьшение риска для человека	Уменьшение риска для человека	Постоянство
Корпоративный взгляд	Смотровой	Смотровой	Стратегический

Итак, промышленная экология имеет глобальный характер, целью которого является устойчивое развитие с учетом экологических аспектов, охватывает стратегические векторы развития в деятельности предприятия. К ключевым вопросам в промышленной экологии относятся: вопросы взаимодействия и взаимопроникновения промышленной экосистемы в природные экосистемы; особенности функционирования современных технологических циклов, их влияние на окружающую среду; особенности секторов промышленности их экологические возможности и угрозы; технологии проектирования продуктов и использования ресурсов; учет предприятиями экологической составляющей в хозяйственной деятельности.

Бесспорно, внедрение как концепции экологии в целом, так и отдельных ее элементов невозможно без учета системы экологического менеджмента, которая определена ISO 14000, следующим образом: часть общей системы управления, которая включает организационную структуру; деятельность по планированию; обязанности; практику; процедуры; процессы и ресурсы для разработки; внедрения; достижения; просмотры и поддержки экологической политики [2]. В табл. 2 представлены основные положения стандартов ISO 14000.

Таблица 2

Анализ основных положений стандартов ISO 14000

<i>Область</i>	<i>Серия</i>	<i>Описание</i>
Система управления	14001	Описывает основные элементы системы экологического менеджмента
	14004	Руководящий документ, который объясняет и определяет ключевые концепции
Оценка и аудит	14010	Руководство по общим принципам экологического аудита
	14011	Руководство по процедурам аудита
	14012	Руководство по экологическому аудиту или квалификациям
	14013	Руководство по управлению внутренними аудитами
	14014	Руководство по первичным обзорам
	14015	Руководство по оценке размещения объекта
	14031	Определение оценок и руководство по оценке экологических характеристик
Экологическая	14020	Общие принципы

	14021	Проблемы окружающей среды: сроки и определения
	14022	Символы
	14023	Тестирование и верификация
	14024	Критерии оценки продуктов и маркировки
Экологическая оценка продуктов	14040	Общие принципы и руководство
	14041	Общие принципы оценки воздействия при оценке жизненного цикла
	14061	Руководство для разработчиков стандартов продуктов

Стоит отметить, что современные предприятия в подавляющем большинстве используют положения экологического менеджмента и придерживаются стандартов ISO 14000 лишь частично и не ориентируются на них, как на основные в хозяйственной деятельности. Что касается малого и среднего бизнеса, то он лишь частично ориентируется на существующее административно-контрольное экологическое регулирование и не способен разрабатывать и использовать методологию экологии – проектирование с учётом требований окружающей среды. Однако современные тенденции управления, наряду с экономическим и социальным эффектом, учитывают и экологический. С этой точки зрения промышленная экология и экологические вопросы становятся частью более широкого подхода, который должен быть положен в основу управления предприятием (рис. 1).

Как видно из рис. 1, наряду с традиционным экономическим менеджментом и корпоративной социальной ответственностью бизнеса, имеет место использовать и концепцию экологии. Часть крупных предприятий в своей деятельности уже достаточно длительное время учитывает социальную составляющую. Сочетание же экономических, социальных и экологических элементов, их совокупное использование в деятельности предприятия позволит реализовать концепцию устойчивого развития в хозяйственной деятельности отечественных предприятий.



Рис. 1. Модель трехмерного эффекта деятельности предприятия на основе концепции экологии

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Интеграция экологических вопросов во все аспекты бизнеса сопровождается определёнными проблемами, а именно: не обеспечена необходимая техническая поддержка в виде информации об экологически безопасных и экономически выгодных технологиях производства, особенностей жизненного цикла продукта; недостаточно освещены методы проектирования с учётом требований окружающей среды к соответствующим правилам торговли и маркетинга. Решение указанных проблем позволит широко внедрить концепцию корпоративной экологии в управление отечественными предприятиями.

Литература

1. Экономика Природы и Человека / Т.А. Акимова, В. В. Хаскин. – М: ЗАО Издательство «Экономика», 2006. – 334 с.
2. Промышленная экология: учебное пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. проф. Э. В. Гирусова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2004. – 527 с. – (Серия «Зарубежный учебник»).
3. Промышленная экология / В.А. Зайцев. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2012. – 512с.
4. Экологический менеджмент: учебное пособие / Ю.В. Бабина, Э.А. Варфоломеева. – М.: ИД «Социальные отношения», Издательство «Перспектива», 2002. – 207 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/62270/>

УДК 334.012.64:332.1

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Панченко А. Д.,

студент кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,

Кириенко О. Э.,

*к.э.н., доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье раскрывается значение малого бизнеса в развитии экономики региона, рассматривается зарубежный опыт государственной поддержки и регулирования малого предпринимательства, который может быть активно использован для экономического развития Донецкой области.

Ключевые слова: *малое предпринимательство, государственная поддержка, государственное регулирование предпринимательства, механизмы государственного регулирования.*

The article reveals the importance of small business in the economy of the region, the international experience of government support and regulation of small business is considered, which can be actively used for the economic development of the Donetsk region.

Keywords: *small business, government support, government regulation of business, government regulation mechanisms.*

Постановка проблемы. Малое предпринимательство играет особую роль в социально-экономическом развитии региона. Данная форма бизнеса наиболее эффективно позволяет удовлетворить неустойчивый спрос населения на различные товары и услуги. Малые предприятия являются дополнением к деятельности крупных и средних предприятий, которые ориентированы на масштабные рынки сбыта. Малый бизнес, максимально учитывая местные условия, разрабатывает и внедряет новые технологии, создает рабочие места.

Анализ последних исследований и публикаций. Оценке и анализу проблем развития малого предпринимательства посвящены труды таких ученых, как: З. С. Варналий, Т. Г. Васильцев, А. И. Амоша, Г. А. Гришин, В. А. Орлова и другие. Так в работах Варналия З. С., изложены теоретические основы предпринимательства, обобщен отечественный и мировой опыт становления, развития и поддержки государством малого предпринимательства, разработаны организационно-экономические механизмы регулирования малого предпринимательства в

Украине. Васильцев Т. Г. исследует теоретико-методические и прикладные аспекты экономики и управления деятельностью малого предприятия; раскрывает внешние экономические условия функционирования и развития малых предприятий; характеризует внутреннюю экономическую среду деятельности предприятий; обосновывает информационно-аналитическое и методическое обеспечение анализа, планирования, оценки эффективности использования ресурсного обеспечения малых предприятий, финансово-экономического состояния, ликвидности и платежеспособности, бизнес-планирование развития малого предприятия [1]. В работе Орловой В.А. выделены преимущества малого бизнеса как основы его развития; обоснован высокий уровень развития малого бизнеса без чего невозможно ускорение прогресса экономики; рассмотрены теоретические представления о малом бизнесе и его преимущества [2]. Несмотря на значительное количество исследований, вопрос государственного регулирования и полноценного функционирования малого бизнеса на региональном уровне, в условиях неустойчивой внешней и внутренней среды, требует дальнейшего изучения.

Актуальность. В сложных экономических условиях хозяйствования и существующих проблемах для создания благоприятной среды ведения малого бизнеса в Донецкой области, особенно необходимо становление и развитие всей системы государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства.

Цель статьи. Рассмотрение вопросов государственного регулирования и поддержки предпринимательской деятельности на Донбассе, как условие экономического развития в регионе.

Изложение основного материала исследования. Экономическое развитие той или иной страны, включая уровень и качество жизни граждан, прежде всего, зависит от уровня развития экономики в целом, а именно уровня предпринимательской деятельности, в особенности, малого бизнеса. По определению, малый бизнес представляет собой коммерческое частное предприятие, отвечающее индивидуальным для каждого государства и отрасли критериям, прописанным в соответствующих регламентирующих документах государственной важности. В законотворческой практике различных государств принято более 50 критериев отнесения организации к малому бизнесу, среди которых можно выделить: численность персонала предприятия, размер уставного капитала, финансовые показатели, вид деятельности [3]. Мировой опыт динамично развивающихся и развитых государств показывает высокую экономическую значимость малого бизнеса, где он решает ряд важнейших задач:

- сглаживает колебания экономической конъюнктуры посредством сбалансирования спроса и предложения;
- стимулирует конкуренцию на местных рынках;
- диверсифицирует местную экономику и стимулирует развитие внешнеэкономических связей;
- обеспечивает занятость населения и трудовую мобильность;
- создает важнейшую прослойку общества - средний класс;
- развивает инновационный потенциал экономики;
- формирует необходимую инфраструктуру для деятельности крупных предприятий [4, с. 5].

Приведенные ниже данные, наглядно отображают роль малого бизнеса в экономически развитых странах (табл.1).

Таблица 1

Роль малых предприятий в экономике некоторых стран [4, с. 83]

Страны	Доля МП в общей численности занятых (%)	Доля МП в ВВП страны (%)
Великобритания	52	53-56
Германия	69	55-57
Франция	60	52-55
Италия	73	58-60
Швеция	39	56-57
США	53	50-52
Япония	78	52-55
Китай	75	58-60
Индия	17	44-45
Турция	27	65-66
Корея	46	72-73

Венгрия	65	50-52
Польша	60	50-52
Россия	13	10-11
Беларусь	38,3	8,5-8,9
Украина	7	10-11
Казахстан	7	28-30
Кыргызстан	60	42-43
Узбекистан	37	48-48,2

Приведенные в табл. 1 показатели подтверждают, что в экономически развитых странах доля малых предприятий в ВВП превышает половину, а так же сектор малого предпринимательства до 75 % обеспечивает занятость населения. Следует отметить, что каждое из успешных государств разрабатывает определенную политику достижения стратегических целей экономического развития общества и принимает соответствующие решения по привлечению к этой работе самой массовой и инициативной деятельности, которая сформировалась в секторе малого предпринимательства.

В этой связи государство предпринимает ряд правовых, организационных мер, стимулирующих развитие малого предпринимательства, для удовлетворения потребностей и интересов общества. Государственное регулирование предпринимательства – это влияние государства на деятельность предпринимательских структур с целью содействия и обеспечения нормальных условий их функционирования. Механизмы государственного регулирования предпринимательства – это система мер, разработанных государством, с учетом требований рынка и интересов субъектов предпринимательской деятельности [5, с. 237]. Например, государственная политика США, которая способствует справедливой конкуренции и воспитанию частной инициативы для проявления всех возможностей личности как основы экономического развития, создает специализированные программы финансирования малого предпринимательства. К таковым можно отнести программу «Микрокредиты», где размер кредитов не превышает 35000 долларов. Благодаря данной программе, предоставляется получение оборотного капитала, приобретение инвентаря, оборудования и т.д. Правительство Великобритании оказывает определенную поддержку и предпринимает меры для расширения круга источников финансирования малых предприятий. Созданы фонды для предоставления финансирования на конкурсной основе.

Специальные программы обеспечивают финансовую помощь молодежи при создании либо расширении бизнеса, подготовку предпринимателей, помощь муниципальным властям в развитии малого предпринимательства. В Германии финансируется и оказывается технологическая поддержка малого бизнеса на всех уровнях власти. Можно выделить основные программы: «Концепция научного развития научно-технической политики по отношению к предприятиям малого и среднего бизнеса», «Стимулирование сбережений для открытия своего дела». В Индии вводятся налоговые и кредитные льготы для малых предприятий, им оказываются консультационные услуги, обеспечивается защита от конкуренции крупных производителей, за мелкой промышленностью резервируется значительная группа товаров, которую запрещают производить крупным предприятиям и т.д.

При изучении особенностей развития малого бизнеса в различных государствах выявлено, что его регулирование и поддержка наиболее эффективно реализуется через уполномоченный орган власти, в распоряжении которого находится достаточное количество ресурсов. В США – это Администрация малого бизнеса, в Японии – Министерство экономики, торговли и промышленности, в Великобритании – Национальное агентство по обслуживанию малого бизнеса, в Германии – Генеральный директорат малого и среднего бизнеса, ремесленничества, услуг и свободных профессий [6, с. 22]. Таким образом, проведенный анализ зарубежного опыта развития малого предпринимательства позволяет сделать выводы о наличии в развитых государствах комплексной политики поддержки малого бизнеса. При использовании зарубежного опыта государственного регулирования, в пределах развития регионального малого предпринимательства, важно рассмотреть положение Донецкого края, предшествующее настоящим событиям (табл. 2).

Основываясь на рейтинге экономических показателей регионов Украины, можно сделать вывод о том, что Донецкая область имела достаточно высокие показатели социально-экономического развития. Регион занимал лидирующее положение по объемам реализации промышленной продукции и финансовому результату налогообложения предприятий.

Таблица 2

Рейтинг экономического развития регионов Украины в баллах [8]

Регион	Валовой региональный продукт	Объем реализации промышленной продукции	Объем выполненных строительных работ	Розничный товарооборот	Прямые иностранные инвестиции	Финансовый результат налогообложения	Инвестиции в основной капитал	Общий балл
г. Киев	100,0	63,4	100,0	100,0	100,0	80,1	100,0	91,9
Донецкая обл.	4,6	100,0	26,8	4,1	9,2	100,0	33,8	46,0
Днепропетровская обл.	36,7	57,3	9,3	14,8	16,4	30,4	28,4	27,6
Запорожская обл.	25,9	63,3	5,3	1,6	8,7	19,9	25,7	21,5
Полтавская обл.	26,4	52,0	15,7	0,6	5,5	17,0	26,3	20,5
Киевская обл.	19,5	23,7	15,2	7,1	16,4	4,5	43,6	18,5
Харьковская обл.	20,9	24,5	13,4	15,8	11,8	11,2	17,6	16,5
Луганская обл.	15,9	50,4	5,4	-8,2	3,0	0,5	12,7	13,7
Одесская обл.	17,3	11,5	13,0	12,5	8,7	5,6	22,8	13,1
Николаевская обл.	12,6	20,1	9,1	0,5	2,0	12,4	14,2	10,1
Черкасская обл.	17,9	16,6	4,1	6,3	2,1	7,1	11,7	9,4
АР Крым	7,9	6,9	13,9	11,2	6,5	3,4	14,5	9,2
Ивано-Франковская обл.	6,9	12,9	4,8	8,7	6,1	0	10,4	7,1
Львовская обл.	8,3	4,9	7,8	5,7	10,1	2,0	7,7	6,6

Фактически, относительно высокие экономические показатели Донецкой области не подразумевали стремительного развития малых предприятий, так как малый бизнес в Донецке имел ряд проблем (рис. 1).

Основные проблемы в развитии малого и среднего предпринимательства

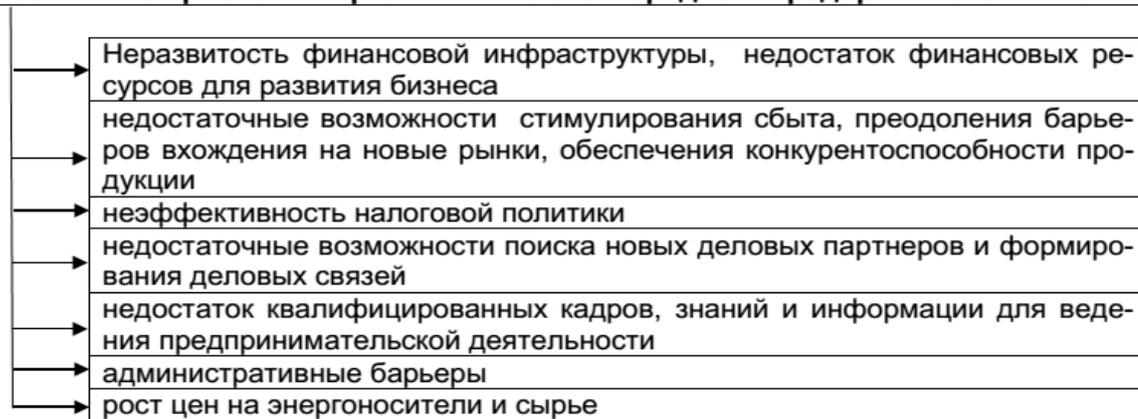


Рис. 1. Основные проблемы в развитии малого и среднего предпринимательства [7, с. 28].

Основные затруднения в развитии малого и среднего предпринимательства вследствие наличия ряда проблем, препятствовали реализации предпринимательского потенциала в полной мере. Однако следует учитывать, что трудности Донецкой области имели место в

составе Украины, где одним из главных вопросов предпринимательства, носящим общенациональный характер, является вопрос о финансовом обеспечении развития деятельности малых предприятий. В настоящий момент развитие малого предпринимательства особенно усложняется отсутствием устойчивого законодательного регулирования. Именно поэтому новому правительству, при формировании основных направлений поддержки и регулирования малого предпринимательства, следует учитывать не только зарубежный опыт, но и существующие сложности.

Принимая во внимание опыт экономически развитых стран, целесообразно рекомендовать следующие направления государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства [4, 6, 8]: формирование организационно-правовых условий для создания благоприятной среды функционирования малого бизнеса; создание специализированного государственного органа для регулирования малого предпринимательства; внедрение рациональных механизмов контроля; создание законодательной базы и экономических условий для функционирования региональной инфраструктуры малых предприятий; создание государственной системы информационного обслуживания предпринимательства для мониторинга и анализа эффективности мер государственного регулирования; представление интересов и удовлетворение потребностей малых предприятий на всех уровнях государственной власти; обеспечение развития малого бизнеса посредством развития соответствующей кредитной и финансовой политики; принятие специальных программ и мер поддержки; упрощение регистрации и форм отчетности; создание системы льготного налогообложения.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Сектор малого предпринимательства способен существенно влиять на развитие региональной экономики и регулировать динамический рост своего потенциала для самостоятельного экономического обеспечения широких слоев населения. То есть, лучший путь экономического оздоровления региона – создание такой политики государства, которая была бы направлена на развитие и расширение предприятий малого предпринимательства. Для дальнейших разработок сохраняется актуальность решения ряда внутренних и внешних проблем в формировании благоприятной регуляторной и конкурентной среды для развития малого предпринимательства в Донецком регионе.

Литература

1. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Ляш, Н. Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К. : Знання, 2013. – 446 с.
2. Орлова В. О. Природні переваги малого бізнесу – основа його розвитку // Бізнес Інформ. – 2012. – № 11. – С. 75–79.
3. Меламед И. Малый бизнес: его значение и перспективы развития в России [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://small-business.web-3.ru/basics/small/>
4. Зоидов К. Х. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве. / К. Х. Зоидов, Е. В. Моргунов, К. В. Биджамова – М. : ЦЭМИ РАН, 2009. – 152 с.
5. Варналій З. С. Мале підприємництво : основи теорії і практики. / З.С. Варналій – 4-те вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.
6. Блудов А. М. Развитие механизмов государственной поддержки малого бизнеса на основе использования европейского опыта // Социально-экономические явления и процессы. – 2011 - № 7. – С. 19 – 25.
7. Гришин Г. А. Целевая программа развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе Донецке на период до 2020 года / Г. А. Гришин, А. И. Амоша, В. И. Ляшенко и др.; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2013. – 214 с.
8. Кунин В. А. Анализ зарубежного опыта поддержки малого предпринимательства / В. А. Кунин, Е. А. Александрова // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1. – Вып. 2 (176). – С. 36 – 43.

УДК 330.33.012

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**Синицына Е. Р.,***студентка группы кафедры менеджмента непродуцированной сферы,***Бойко С. В.,***к.э.н. старший преподаватель кафедры менеджмента непродуцированной сферы,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье исследована конкурентоспособность экономических субъектов с позиции выполнения задач устойчивого развития и соблюдения принципов социальной ответственности бизнеса. Обоснована необходимость широкого внедрения принципов социальной ответственности бизнеса в стране с целью сокращения критических отставаний по факторам глобальной конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, устойчивое развитие, социальная ответственность бизнеса.

In the article studies the competitiveness of economic subjects from the perspective of the implementation of sustainable development and respect for the principles of corporate social responsibility. The necessity of wide introduction of the principles of corporate social responsibility in the country in order to reduce critical gaps in the global competitiveness factors.

Key words: competitiveness, sustainable development, social responsibility of business.

Постановка проблемы в общем виде. Противоречивые взаимодействия экономических субъектов фокусируются и системно отображаются в рамках современной концепции конкурентоспособности. Возрастает значение конкурентоспособности в контексте практической разработки стратегий развития компаний и стран путем эффективного использования конкурентных преимуществ, внедрение инноваций, модернизации механизмов обеспечения устойчивого развития. Усиление диспропорций экономического и социального развития под влиянием мирового финансово-экономического кризиса, появление новых форм конкуренции, обострение глобальных проблем современности обусловили потребность в новых концептуальных подходах к разработке методов и инструментов обеспечения конкурентоспособности, в том числе через призму устойчивого развития.

Анализ последних исследований. Подход к трактовке конкурентоспособности как способности объекта выполнять свое предназначение (функциональные обязанности) и удовлетворять потребности с достаточной для дальнейшего функционирования субъекта эффективностью, в мнительной конкурентной среде, представлен в работах: В. Алещенко [1], И. Богомоловой и Е. Хохлова [2], А. Павленко и А. Войчака [3]. Данный подход является полностью конструктивным и может быть заложен в основу дальнейшей разработки понятия конкурентоспособности с учетом вызова современности.

Целью данной работы является дальнейшее углубленное изучение конкурентоспособности экономических субъектов микроуровня (компания) и макроуровня (национальная экономика, страна) с позиции выполнения заданий устойчивого развития через соблюдение принципов социальной ответственности бизнеса.

Изложение основного материала исследования. В результате анализа ряда литературных источников, можно сформулировать следующее определение понятия «устойчивое развитие» (англ. sustainable development - гармоничное развитие) – это процесс изменений, в котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. В большинстве случаев речь идёт об обеспечении качества жизни людей. Концепция устойчивого развития появилась в результате объединения трех основных точек зрения: экономической, социальной и экологической (рис.1). Согласование этих различных точек зрения и их перевод на язык конкретных мероприятий, являющихся средствами

достижения устойчивого развития - задача огромной сложности, поскольку все три элемента устойчивого развития должны рассматриваться сбалансированно.



Рис. 1. Концепция устойчивого развития.

В условиях роста экономической нестабильности в глобальных масштабах конкурентоспособность должна рассматриваться через призму способности субъекта обеспечить не только текущее функционирование, но и достижение долгосрочных целей развития. Изменения, которые происходят в постиндустриальном обществе под влиянием глобализации, обусловили эволюцию подходов к трактовке долгосрочных целей субъектов микро-, мезо-, макроуровня - от увеличения дохода (прибыли) к обеспечению долгосрочного благополучия, что рассматривается в триедином контексте экологического, социального и экономического благополучия. В основе такой трактовки лежит задание устойчивого развития как необходимости обеспечения мирового баланса между решением экономических, социальных проблем и сохранением окружающей среды. Одновременно трактовка конкурентоспособности экономического субъекта через способность к обеспечению благосостояния, и в более широком смысле – благополучия, путем стремления к целям устойчивого развития, недостаточно раскрыта в современной литературе. Обращая внимание на обострение экономических, социальных и экологических проблем, подход приобретает особую актуальность [2].

Таким образом, определяется конкурентоспособность экономического субъекта, как интеграция относительного свойства, которое лежит в сравнительной возможности субъекта к исполнению определенного функционального и общественно-экономического предназначения в контексте долгосрочных целей устойчивого развития соревновательного взаимодействия с подобными, по назначению, целями, типовыми и характерными признаками экономических субъектов. И обеспечивается путем создания, сохранения и усиления конкурентных преимуществ под влиянием мнительных внутренних и внешних факторов. Определение приоритетности заданий устойчивого развития требует внедрения современных инструментов взаимодействия бизнеса и общества, а также государства и бизнеса, которые бы позволили усилить взаимодействие ответственности участников общественной жизни, создать условия для развития, основанных на учете, интересов широких общественных кругов, которые лежат в экономической, социальной, экологической плоскостях. На сегодняшний день, в контексте заданий устойчивого развития принято распространение понятия «Социальной ответственности бизнеса» (СОБ), что обусловлено ответственностью организации, компании за влияние решений и действий на общество. Окружающая среда, путем прозрачного и этического поведения, содействует устойчивому развитию, в т.ч. здоровью и благоустройству общества, учитывает ожидания заинтересованных сторон, отвечающих действующему законодательству и международным нормам поведения. Она интегрируется в деятельность организации и практикуется в ее отношениях. Внедрение принципов социальной ответственности бизнеса в

развивающихся странах пребывает в стадии становления. Наиболее активными в этой сфере являются иностранные компании, в которых еще с 1990-х гг. внедрялись принципы устойчивого развития и стандарты СОБ. Открытыми для широкой общественности являются отчеты об устойчивом развитии компаний Microsoft, Samsung, Procter & Gamble и другие [1].

Социальная ответственность бизнеса отвечает требованиям конкурентоспособности в том, что непосредственно связана с уровнем деловой доскональности предприятий, организаций и учреждений. Доскональность бизнеса является одной из ключевых составляющих Индекса глобальной конкурентоспособности, который ежегодно рассчитывается экспертами Всемирного Экономического форума. На это крайне важно обращать внимание, в то время, когда уровень деловой доскональности большинства организаций значительно ниже необходимого уровня в развитых странах, что влияет на показатели конкурентоспособности. Для оценки конкурентоспособности страны существует рейтинг по Индексу глобальной конкурентоспособности. Отечественные предприятия и организации на протяжении последнего времени совершенствуют свою деятельность на основе устойчивого развития, в частности внедряя концепции управления качеством через сертификацию по системам ISO 2000 и включая в миссии провозглашение соответствующих целей с их дальнейшим выполнением. Ориентация на высокие производственные и социальные стандарты, качество работы с персоналом, минимизацию вредного влияния на окружающую среду, ответственное отношение к сотрудникам, потребителям и другим заинтересованным сторонам, создание доверительных взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством обуславливает повышение результативности бизнеса, показателей доходов в долгосрочном периоде и общее повышение конкурентоспособности компаний, которые признали и внедрили в деятельность философию СОБ [3].

Однако указанный процесс требует определенной координации и привлечения со стороны государства, которое должно определить СОБ, как желаемое поведение для бизнеса и разработать комплекс соответствующих стимулов на подобии государственных органов развитых стран. Одним из действующих инструментов расширения и внедрения в глобальных масштабах в общественной жизни принципов социальной ответственности бизнеса является международная инициатива – Глобальный договор ООН, который с 2000 г. объединяет компании, агентства ООН, а также трудовые и общественные организации с целью поддержки мировых экологических и социальных принципов бизнеса. На сегодняшний день в Глобальном договоре принимают участие около 3800 организаций со всех регионов мира. Глобальный договор направлен на распространение соответствующего корпоративного поведения, направленного на то, чтобы коммерческие компании участвовали в решении проблем, обусловленных глобализацией. Таким образом, частный сектор, в сотрудничестве с другими социальными партнерами, сможет способствовать переходу к устойчивой глобальной экономике. Сеть Глобального договора действует, на сегодня охватив более чем 160 компаний, академических институтов, негосударственных организаций [2]. Интегрированность в бизнес – это стратегия компаний. Принципы Глобального договора провозглашают защиту прав человека, прав трудовых коллективов, распространение экологической ответственности, развитие и распространение экологически чистых технологий, искоренение принудительного и детского труда, коррупции, разных форм дискриминации в области занятости и трудоустройства, позволяют компаниям во всем мире усиливать свою репутацию и долгосрочную конкурентоспособность.

Особый вес приобретает соблюдение принципов Глобального договора и социальной ответственности бизнеса в условиях современных глобализационных и интеграционных процессов, поскольку при выходе компаний из развивающихся стран на «новые рынки» этим вопросам уделяется особое внимание.

Принципы Глобального договора ООН отвечают факторам глобальной конкурентоспособности по методике Всемирного экономического форума, в частности:

- «Институциональная среда» по составу: «Неофициальные выплаты и взятки» (коррупция), «Этическое поведение фирм», «Соблюдение стандартов отчетности и аудита».
- «Эффективность товарных рынков» («Соблюдение интересов потребителей»).
- «Эффективность рынка труда». («Взаимодействие между работодателями и наемными работниками», «Часть женщин в рабочей силе»).
- «Совершенство бизнеса».

Исследование названных показателей в динамике позволило определить значение принципов СОБ для той или иной страны. Низкий рейтинг глобальной конкурентоспособности

развивающихся стран обусловлен наличием критических отставаний по ключевым факторам конкурентоспособности, что свидетельствует о том, что необходимо уделять особое внимание аспектам социальной ответственности бизнеса, заложенным в Глобальном договоре ООН. В этом контексте целесообразным является принятие Национальной стратегии социальной ответственности бизнеса. Она должна подтверждать склонность к современным европейским и мировым тенденциям и принципам, заложенным в концепции устойчивого развития. И стать действующим фактором повышения конкурентоспособности государства, путем улучшения прозрачности и подотчетности бизнеса, повышения эффективности функционирования рынка, направления инвестиций на изучение и повышение квалификации работников, формирования эффективной национальной инновационной инфраструктуры, путем стимулирования инвестиций в новейшие технологии. Предлагается разработать Концепцию Национальной стратегии социальной ответственности бизнеса в Республике до 2020 г. Целью стратегии определить: создание благоприятных условий для внедрения социальной ответственности бизнеса в деятельность компаний для устойчивого развития Республики, роста экономического, социального и экологического благосостояния.

В концепции изложить основные задания стратегии:

- развитие социальной ответственности бизнеса, как фактора модернизации экономики, повышения ее конкурентоспособности с целью определения на мировой арене как социально ответственной и облегченной интеграции на международном рынке;
- внедрение единых подходов к пониманию социальной ответственности бизнеса в государстве;
- развитие системы нефинансовой отчетности с целью информированности общества касательно внедрения принципов социальной ответственности бизнеса в деятельность компаний и негосударственных организаций;
- усовершенствование и дальнейшее развитие государственно-частного партнерства;
- создание условий для гарантий обеспечения прав человека, этического воспитания и образования членов общества;
- развитие программ ресурсосбережения и энергоэффективности, «эко-эффективности экономики»;
- повышение уровня совершенствования бизнеса и, соответственно, улучшение финансового и экономического состояния компаний.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Социальная ответственность бизнеса как фактор обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития не мыслима без разработки стратегии социальной ответственности в государстве. В результате проведенного исследования, можно сделать вывод, что успешная реализация национальной стратегии социальной ответственности бизнеса должна содействовать повышению конкурентоспособности государства путем значимого сокращения, а в долгосрочном плане - ликвидации критических отставаний, в частности с такими факторами, как институциональная среда, эффективность рынков товаров и рабочей силы, уровень совершенствования бизнеса и инноваций. Предметом дальнейших исследований является разработка конкретных мероприятий по реализации стратегии.

Литература

1. Алешенко В.В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы / В.В. Алешенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №1(45). – С. 113 – 119.
2. Богомолова И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1 (45). – С. 113 – 119.
3. Павленко А.Ф. Маркетинг: учебник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак – К.: КНЕУ, 2003 – 246 с.

УДК 159.9

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, ПРОГРЕССИРОВАНИЯ,
ПОСЛЕДСТВИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ЛЮДЬМИ С ПСИХИЧЕСКИМИ
РАССТРОЙСТВАМИ****Мингалиева Е. С.,***студентка факультета государственного управления,***Кирилеева А. С.,***к.э.н., доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела,
Донецкий государственный университет управления, г.Донецк*

Статья посвящена комплексному исследованию феномена возникновения и прогрессирования психических расстройств у людей, а также поиску решений данной проблемы. Выделяются и описываются характерные особенности некоторых наиболее распространённых психических заболеваний. Также автор прослеживает становление современных методов лечения таких больных и рассказывает о раннее существующих. Особое внимание в работе уделено антисоциальному поведению лиц, страдающих психическими расстройствами, которое приводит к увечью или смерти других людей. Таким образом, автор пытался познать природу таких людей на примере психопатологических механизмах криминогенности. Данная проблема малоизучена, поэтому в своей работе автор стремился сгруппировать и структурировать все имеющиеся знания, для дальнейшего, более детального изучения этого вопроса специалистами в данной области науки. Все это даёт возможности для разработки мер по своевременному определению и предупреждению различных видов опасного поведения психически нездоровых людей.

Ключевые слова: *психические расстройства, расстройства личности, психические заболевания, психиатрия, психодиагностика, психогигиена.*

This article is devoted to the complex research the phenomenon of mental disorders at people and its solution. There are the most widespread mental diseases. Also the such patient and tell about the earlier existing. Its a worth paying special attention in this work to asocial behavior persons who suffer to mental disorder, which leads to the mutilation and death of another people. Thus the author tried to learn a nature of the people who have a psychopathological mechanism of chriminogenism. This problem is insufficiently explored, therefore in own project the author tried to group and structure all knowledge for the further more detail learning this question of experts at this sphere of science. All it gives a possible develop of measures by timely definition and prevention the some sides dangerous behavior of mentally unhealthy people

Keywords: *mental disorders, frustration of the personality, mental diseases, psychiatry, psychodig nostics, psychohygiene.*

Постановка проблемы. По данным ВОЗ, каждый пятый человек на планете страдает психическими расстройствами и, с каждым годом эта статистика увеличивается. Большое число людей переживают депрессивные состояния. Учёные прогнозируют, что к 2030 году депрессия по частоте встречаемости и экономическому бремени выйдет на второе место в мире после сердечно – сосудистых заболеваний [2]. На сегодняшний день, учёные не смогли достигнуть консенсуса в вопросе возникновения психических расстройств, поскольку существует достаточно много факторов влияющих на появление и развитие таких заболеваний.

Целью статьи является исследование вопросов возникновения, прогрессирования, последствий и управление людьми с психическими расстройствами.

Анализ последних публикаций. Исследованием проблем психического расстройства занимаются доктора медицинских наук, профессора, такие как: С. А. Игумнов, А. Ю. Егоров, Д. В. Бердников, Л. Ф. Шестопалова, В. А. Кожевникова и др. Но большая часть вопросов, которые касаются сущности психических расстройств, их возникновения, прогрессирования и оценки в современных условиях, изучены пока недостаточно и требуют дальнейшего исследования.

Актуальность. На сегодняшний день одним из малоисследованных вопросов, решение которых представляет большое теоретическое и практическое значение, является изучение преступного поведения лиц с психическими расстройствами. Основная проблема исследования данного вопроса заключается в невозможности (в некоторых случаях) отличить здорового человека от того, кто страдает психическими расстройствами. Так, большое число серийных убийц, страдающих психическими расстройствами, вели и ведут обычную жизнь, не ограждая себя от общества. Таким, например, являлся Чикатило Андрей Романович – серийный маньяк – убийца, которого все считали человеком спокойным, уравновешенным, положительным. Он имел высшее образование, был примерным мужем и отцом.

Изложение основного материала. Одной из основных причин психических расстройств, по мнению педагога Высшей школы психоанализа и психотехнологий Владислава Котлярова, – это все ускоряющийся ритм жизни, который наибольшей степенью сказывается на детях. Родители стремятся быстрее выйти на работу и отдают малышей в детские сады или няням, что, безусловно, является стрессом для ребёнка, которому необходима забота и внимание родителей [1]. Согласно данным ВОЗ за 2006 год, порядка 20 % детей во всем мире страдают психическими расстройствами и, как правило, большинство психических заболеваний возникают и формируются именно в детско–подростковом возрасте.

Врач-психиатр Дмитрий Данилин считает, что рост числа больных увеличивается, прежде всего, из-за нервного ритма жизни. В настоящее время для того, чтобы добиться успеха, человеку приходится прилагать немало усилий, что идёт во вред здоровью. Довольно распространённой причиной возникновения и развития психических отклонений у человека являются всевозможные инфекционные заболевания, которые негативно сказываются на здоровье человека и, в частности, на мозг, воздействуя напрямую или через другие органы. Ещё одной немаловажной причиной усугубления ситуации является отсутствие необходимого числа квалифицированных психиатров и то, что изобретение новых препаратов провоцирует рост больных психическими расстройствами. Благодаря современным препаратам люди с неизлечимыми психическими заболеваниями теперь могут работать и создавать семью. С одной стороны, это немаловажный шаг в развитие науки и поддержание больных людей в достаточно адекватном состоянии, но, с другой, есть болезни, передающиеся по наследству, такие как шизофрения. К тому же, психотропные препараты все чаще классифицируют как токсичные вещества, которые способны привести к смерти. Среди распространённых и задокументированных побочных действий психотропных препаратов существуют такие как мания, мысли о суициде, психоз, галлюцинации, сердечные приступы, инсульты и внезапная смерть. Наследственность является одной из причин, по которым распространённость психических расстройств уже приобрело характерную тенденцию. Ещё одним фактором, который бы смог способствовать прогрессированию таких заболеваний является окружающая среда с её постоянным развитием, к которым человеку трудно приспособиться, вследствие чего, он находится в состоянии постоянного стресса. В связи со всеми вышеперечисленными факторами возможного возникновения психических расстройств и увеличение числа лиц, страдающих психическими расстройствами, в мире возникают новые, более сложные психические заболевания. Одной из «молодых» болезней, внесённых в список психических расстройств DSM-5 в мае 2013 года, является Интернет-зависимость. Согласно данным, зависимость от всемирной паутины составляет 10 % всех её пользователей (количество пользователей Интернета в мире на 2014 год составило 3,01 млрд. человек). Особо широко распространена зависимость среди лиц, которые наиболее подвержены её влиянию, то есть детей подросткового возраста и ранее. У лиц, страдающих интернет-зависимостью, депрессии наблюдаются в 2 раза чаще, чем у психически здоровых людей. По мнению Джеральда Блока, интернет-зависимость – это состояние человека, при котором он испытывает непреодолимое желание посетить Интернет. Они и стал инициатором внесения этой зависимости к психическим расстройствам [3].

Ещё одним, наиболее часто диагностируемым заболеванием, в последнее время, считается селфи, т.е. желания фотографировать себя самого и выкладывать фото в социальные сети. Учёные выделили 3 стадии данного заболевания: 1 стадия (эпизодическая) – человек фотографирует себя 3 раза на день, при этом не выкладывая свои фото в социальную сеть; 2 стадия – снимки производятся более 3 раз и выкладываются в сеть Интернет; 3 стадия (хроническая) – человек делает снимки весь день и выкладывает фото в социальные сети более 6 раз. Для выявления психического отклонения и масштаба её развития у человека, психиатрия, на сегодняшний день, имеет целый ряд мероприятий, которые смогли бы помочь больным

людям в лечении заболеваний или предотвращении их возникновения. К таким методам нужно отнести:

1. Расспрос. Сбор данных.

Этот метод применяется для сбора данных о больном, при котором врач получает объективную информацию о состоянии пациента. Расспрашивая его, врач обращает внимание на поведение больного, наличие у него таких поведенческих особенностей как: страх, нарушение мышления, признаки аутизма и другие симптомы заболевания. Также, врач получает информацию от родных пациента о наследственности, наличие у больного физических или психических травм, изучается детство больного и его отношения с другими людьми.

2. Психологическое обследование

Это различные методики, с помощью которых врач–психиатр определяет общую оценку структуры личности в целом и особенности её познавательной функции. К этим методам относят, например, оценку уровня интеллекта и нарушение памяти, выявление искажения процесса обобщения и прочее.

3. Нейрофизиологическое обследование

К методам нейрофизиологического обследования относятся электроэнцефалография (ЭЭГ), реоэнцефалография (РЭГ), магнитоэнцефалография (МЭГ), вызванные потенциалы (ВП). Это методы электронного воздействия на мозг, с помощью которых определяют особенности функционирования мозга, мозгового кровообращения и его патологий, определяется локализация дипольного источника в объёме мозга (необходима для определения источников месторасположения эпилептических эпицентров).

4. Нейрорентгенологическое обследование и фармакологические методы

К нейрорентгенологическим методам относят разнообразные рентгенологические методы, с помощью которых определяют, есть ли органическое поражение или локальные изменения в мозге.

С помощью фармакологических методов, врач-психиатр диагностирует реакцию пациента на психотропные препараты. Это методика проводится однократно для пациента, при котором применяется сендуксеновый тест (определяется наиболее эффективная терапия при депрессии) и дексаметазоновый тест (определяет соотношение эндогенной и реактивной депрессии).

5. Общесоматическое, лабораторное и неврологическое обследования

Соматический метод является одним из основных при изучении состояния больного, поскольку многие пациенты не уделяют достаточного внимания своему соматическому статусу, в связи со своим состоянием. За соматически ослабленными людьми необходим постоянный контроль и уход, поскольку такие люди могут наносить ещё больший вред своему здоровью (причинять телесный урон, страдать тахикардией, запорами, быть заражены туберкулёзом и прочее). Лабораторные исследования позволяют полнее определить состояние больного, иногда уточнить и природу психических нарушений, но решающее значение в диагностике психических заболеваний принадлежит клинической картине. Неврологическое обследование используют для определения состояния и исключения признаков поражения центральной нервной системы. При этом методе врач может определить, есть ли у больного опухоль мозга, различные сосудистые мозговые поражения, а также, диагностировать катоническую форму шизофрении, эндогенную депрессию, сифилис мозга прогрессирующий паралич и прочие заболевания.

6. Специальные лабораторные методы

Это лабораторные методы, которые проводятся для конкретных психических заболеваний для диагностики или исключения различных соматических расстройств и осложнений терапии (агранулоцитоз, воспалительные процессы, нарушение функции печени и почек).

Всемирная организация здравоохранения определила перечень характеристик душевно здорового человека, при котором любое отклонение от них, можно считать признаком психического расстройства:

1. У человека должно быть осознание и чувство непрерывности, постоянства и идентичности своего физического и психического «Я».

2. Чувство постоянства и идентичности переживаний в однотипных ситуациях.

3. Самокритика к собственной деятельности и её результатам.

4. Человек должен адекватно реагировать на возникающие ситуации и социальные обстоятельства.

5. Человек должен вести и контролировать себя, согласно нормам и правилам, заложенным в обществе.

6. Реализация и планирование собственной жизни.

7. Человек может подстраиваться под различные жизненные ситуации, изменяя, при этом, собственное поведение.

Нельзя говорить о психически больных людях, как о полностью обезумевших и не на что не способных. Так, среди людей страдающих психическими расстройствами, встречаются и известные, выдающиеся лица, такие как: Л. Н. Толстой и Ф. М. Достоевский (страдали эпилепсией), Н. В. Гоголь (считают, что он был болен биполярным аффективным расстройством, т.е. быстрой сменой симптомов мании и депрессии), В. В. Маяковский (страдал обсессивно – компульсивным расстройством) и пр. Такие люди, обладая огромной одарённостью, могут приносить немаловажный вклад в развитие науки, искусства, в военном деле и пр. Несмотря на то, что существуют люди с психическими расстройствами, которые не вредят окружающим и даже используют свою болезнь во благо (для развития науки, творчества и т.д.), все чаще встречаются лица, которые на фоне психических отклонений совершают противоправные действия. Так, например, по данным немецких криминалистов, около 30 % всех совершаемых преступлений осуществляется психически нездоровыми людьми, а по данным американских – даже 35 %. В отличие от здоровых, здравомыслящих людей совершающих преступление и отвечающие по всей строгости закона, психически нездоровые люди такой ответственности не несут. Они, согласно исследованиям психиатров и распоряжению суда, помещаются в специальные медицинские учреждения для психически больных людей до полного излечения. Как говорилось ранее, большинство психических расстройств формируются именно в подростковом возрасте. Следовательно, есть все основания полагать, что и тяга к совершению преступлений формируется именно в этой возрастной группе. Тогда возникает вопрос: «Как же определить и предотвратить преступление, причиной которого стало сформировавшееся в детском возрасте психическое расстройство?»

Исследователи, доктор Даниэль Хеллман и Натан Блэкман, выделили 3 типа поведения детей, которые могут дать толчок к появлению тяги к убийству: недержание мочи у детей старшего возраста, желание что-либо поджечь и издевательство над животными. Другие учёные выделили ещё: проявление суицидальных наклонностей, постоянные симптомы психоза и социопатии. Немаловажным фактором формирования преступника страдающего психическими расстройствами является насилие, алкоголизм и разврат в семье.

Одним из примеров может служить нашумевшая история Генри Ли Лукаса, который считается самым крупным убийцей за всю историю США. По официальным данным он убил 150 – 160 человек (среди которых его собственная мать и множество детей), но, как он сам утверждает – это число достигает 600 человек. По мнению большинства экспертов, психическое расстройство возникло у него на фоне детской травмы. Мать жестоко обращалась с Лукасом, занималась проституцией при нем, избивала и унижала мальчика, что, по всему, и отразилось на развитии его психики. Не смотря на то, что поведение Генри Ли Лукаса считается чудовищным и антисоциальным, можно ли назвать его ненормальным? Да, удовольствие от убийства и жажда человеческого мяса нельзя назвать нормальным поведением, но, при этом, он вполне отдавал себе отчёт в своих действиях и был достаточно логичен. Как он утверждал, все зверства, совершаемые им, были причиной его тяжёлого детства. Этот факт лишь подтверждает, что влияние семьи и ранние сигналы для родных, могут предотвратить чудовищные последствия и развитие у ребёнка психических отклонений. Социализация ребёнка является основным элементом воздействия на психическое здоровье и развитие детей.

Таким образом, можно сформулировать 3 основных фактора социализации детей и подростков:

1. Отношение родителей к ребёнку.

Ребёнок не должен быть объектом управления взрослых (родителей, родственников и пр.), а должен непосредственно взаимодействовать с родителями в качестве субъекта.

2. Полноценная и благополучная семья.

Только там, где присутствует гармония в семье и благоприятные условия семейного окружения, может вырасти психически здоровый человек.

3. Трудные условия социализации.

Дети, которые растут в трудных условиях, нуждаются в социальной поддержке и защите [4].

Помимо этого, существует классификация преступных лиц с психическими расстройствами. Так, например, в криминалистике существует определения преднамеренного и импульсивного убийцы. Согласно утверждению доктора Хэнлона, старшего автора исследования и адъюнкт-профессора клинической психиатрии и клинической неврологии в Северо-Западном университете Фейнберга, импульсивные убийцы чаще имели психические расстройства, в частности, когнитивные и интеллектуальные нарушения. Жестокие преднамеренные убийцы обычно не страдают от каких-либо серьезных интеллектуальных и когнитивных нарушений, но те, кто убивает под руководством не контролируемого гнева, имеет явные признаки психического расстройства. У серийных убийц чаще всего проявляются антисоциальные расстройства личности, такие как социопатия или, более чаще, психопатия, которые не относятся по Международным классификатором болезней (МКБ–10) к психическим заболеваниям. Социопатию и психопатию относят к так называемому классу диссоциальных расстройств личности, которые обычно обращают на себя внимание грубым несоответствием между поведением и господствующими социальными нормами.

Статистика утверждает, что среди серийных убийц, задержанных правоохранительными органами за свои преступления, психически больными было признано менее 4 процентов. И только одна треть из них была освобождена от ответственности в связи с психическими отклонениями. Таким образом, можно сделать вывод, что большинство преступных лиц, страдающих психическими расстройствами, по решению суда, не считаются больными людьми, в результате чего, выйдя из под стражи, они продолжают оставаться больными людьми, нуждающимися не в заточении, а в правильном и эффективном лечении.

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

1. При проявлении первичных признаков отклонения в психике человека, необходимо обратиться за специализированной помощью к психологу или, в более тяжелых случаях, к психиатру.

2. Минимизировать количество проведенных часов в среде Интернет и использование смартфонов.

3. Особое внимание следует обращать на поведение детей и подростков, как лиц, наиболее подверженных различным внешним влияниям, дабы не провоцировать возникновение и прогрессирование психических расстройств. Проводить регулярные консультации с психологами в учебных заведениях и, уделять достаточное внимание родителей к своим детям.

4. Вести размеренный упорядоченный стиль жизни, включая здоровые физические нагрузки и сбалансированное питание, и исключая употребление наркотических веществ и алкоголя.

5. Если в Вашем окружении имеются люди, страдающие психическими расстройствами, необходимо максимально проявить к ним заботу и внимание, а не ограждать и отказываться от них.

Подводя итог можно сказать, что не существует такого способа, с помощью которого можно бы было полностью предотвратить развитие психических расстройств. В настоящее время существует большое количество психотропных препаратов, помогающих больным людям сохранять адекватность, но предвидеть, какими могут быть отрицательные побочные действия от принятия этих препаратов, не может ни один психиатр. Нужно не забывать с пониманием и уважением относиться к людям, страдающим расстройствами, но при этом, знать и уметь, как необходимо себя вести рядом с такими людьми, поскольку невозможно предугадать их поведение и действия. Важно понимать, что никто не застрахован от возникновения психических заболеваний, поэтому, для сохранения своего психического здоровья и во избежание психических расстройств, необходимо, прежде всего, соблюдать психогигиену (уделять достаточно времени для сна, регулирование нагрузок в течение рабочего дня, а также разумное отношение к стрессовым ситуациям.), которая поможет предотвратить их развитие.

Литература

1. Котляров В.Л. Семейная идентичность детей–сирот и детей, оставшихся без попечения родителей // Материалы I Международной научно–практической конференции «Психическая депривация детей в трудной жизненной ситуации: образовательные технологии профилактики, реабилитации, сопровождения» (г. Москва, 14 –15 ноября 2013 г.). Москва: ГБОУ ВПО МГППУ, 2013. – С. 14 – 17

2. Доклад о состоянии здравоохранения в Европе. Европейский план действий по охране психического здоровья. – Европейский региональный комитет ВОЗ. 2013.
3. American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical manual of mental disorders, fifth edition (DSM-V). – American Psychiatric Publishing, 2013. – 991с.
4. Макушкин Е.В., Вострокнутов Н.В., Раевская Л.Г. Стратегия социальной детской психиатрии: международный опыт, организационные и клинические помощи // Научные материалы Всероссийской конференции «Современные проблемы охраны психического здоровья детей» (г. Волгоград, 24 –26 апреля 2007 г.). – Волгоград: ВолГМУ, 2007. – 184 с.

УДК 334.72: 658.8

НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИИ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И КЛЮЧЕВЫХ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА

Герасютина А. Е.,

студентка кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Бойко С. В.,

к.э.н. старший преподаватель кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье рассмотрены направления реализации компаниями мероприятий в сфере корпоративной социальной ответственности сквозь призму разных маркетинговых концепций и доказана необходимость их осуществления для обеспечения успешной деятельности компаний на глобальных рынках.

Ключевые слова: *корпоративная социальная ответственность, концепции маркетинга, стратегии маркетинга.*

In the article the directions of the companies activities in the field of corporate social responsibility through the prism of different marketing concepts and proved the need for their implementation to ensure the success of the companies in the global markets.

Keywords: *corporate social responsibility, the marketing concept, marketing strategy.*

Постановка проблемы в общем виде. Не смотря на то, что более прибыльными для компаний являются рынки развитых стран, где уровень доходов потребителей высокий, компаниям необходимо переориентировать свои маркетинговые стратегии на стремительно растущие новые рынки, которые обеспечат меньший уровень прибыльности клиентов. Но одновременно обещают значительный потенциал будущего роста, обусловленного спрогнозированным последовательным увеличением уровня доходов потребителей в этих странах.

Для формирования бизнес-стратегий продвижения на новые растущие рынки, дальновидные и проактивные компании все шире используют принципы корпоративной социальной ответственности (далее КСО), которые позволяют интегрировать в целевую структуру маркетинга цели устойчивого развития. Таким образом, они способствуют, в процессе их реализации, экономическому развитию стран, которые развиваются, за счет предоставления людям, которые проживают в таких странах, возможность лучше удовлетворять свои потребности, повысить уровень их личного благополучия, и одновременно, не создавая дополнительных угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений жителей этих стран. Отечественным компаниям, чтоб не потерять конкурентные позиции на рынке вследствие мировых глобализационных процессов также следует шире использовать фактор КСО в своей маркетинговой политике.

Анализ последних исследований. Проблемные вопросы формирования ответственного поведения корпораций в новом тысячелетии исследовали Д. Аллен [2], Х. Алфорд, Д. Бах [1], С. Задэк[2], Е. Крейн, О. Карнани [8], Д. Маттэн, М. Макинтош, Д. Мун[3], В. Паниотто [1], М. Портер, Ф. Котлер [3], Р. Томас [8] и др. В своих работах значительное внимание уделяли причинам и предпосылкам социально ответственного поведения предпринимателей, влияние подобного поведения на результаты деятельности компаний. Такой опыт, безусловно,

составляет значительный интерес и для отечественных компаний, многие из которых только начинают целенаправленно реализовывать политику построения взаимовыгодных отношений с разными группами стэйкхолдеров. Это требует от компаний учитывать фактор КСО в целях и стратегиях компании, в том числе и в философии маркетинга, независимо от размеров предприятия и масштабов его деятельности.

Целью статьи является определение стратегических ориентиров интеграции концепции корпоративной социальной ответственности в комплекс маркетинга, а также идентификация и оценка рисков влияния ухудшения взаимоотношений с ключевыми группами стэйкхолдеров на эффективность маркетинговой деятельности.

Изложение основного материала. Результаты, проведенных в данной работе исследований, о реализации компаниями мероприятий в сфере КСО, свидетельствуют о том, что многие предприниматели связывают необходимость их осуществления, в первую очередь с желанием получить дополнительные конкурентные преимущества. С другой стороны, многие предприниматели считают, что этим должны заниматься только крупные корпорации, целью исследования которых должно быть определение важности выбора фокуса КСО для каждого предприятия, не зависимо от того, какую концепцию маркетинговой деятельности им выбрано. Действительно, зависимо от уровня развития маркетинга компании, понимание топ-менеджером его философии организации может взять за основу своей маркетинговой деятельности одну из концепций маркетинга.

На этапе создания и раннего развития предприятия, в зависимости от характера конкуренции в отрасли, для продвижения товара на рынок используют одну из трех базовых концепций маркетинга (производственная, товарная, сбытовая). В дальнейшем, вместе с эволюцией системы управления предприятием, ее руководство начинает использовать более комплексные маркетинговые концепции: традиционного, индивидуального, социально ориентированного и холистического маркетинга. Однако философия социального ответственного поведения на рынке должна быть в основе любой выбранной предприятием маркетинговой концепции на каждом этапе развития предприятия и системы его управления. Концепции маркетинга, их характеристика и свойства представлены в табл. 1

Таблица 1

Основные концепции маркетинга и их характеристики.

Концепция	Характеристика
Производственная	Базируется на предположение того, что потребители отдадут предпочтение широкодоступным и недорогим товарам
Товарная	Предусматривает, что потребители отдадут преимущества высококачественной продукции, которые имеют лучшие и новые эксплуатационные свойства
Сбытовая	Предусматривает, что потребителей надо уговаривать сделать покупку, тем самым необходимо проведение агрессивной политики сбыта и интенсивное продвижение товара на рынок
Концепция традиционного маркетинга	Побуждает компании использовать более эффективные, чем у конкурентов методы, стратегии и политику маркетинга
Концепция индивидуального маркетинга	Предусматривает, что компания ориентируется на учет потребностей отдельных клиентов при формировании предложения товаров и услуг
Концепция социально ориентированного маркетинга	Требует от компаний тщательной диагностики потребностей потребителей на целевых рынках, удовлетворение этих потребностей более эффективными и результативными чем у конкурентов способами
Концепция целостного или холистического маркетинга	Предлагает рассмотреть влияние на результативность маркетинговой деятельности всех аспектов как самого процесса разработки продукта, так и его дальнейшего позиционирования и продвижения на рынок, так и взаимоотношения с ключевыми группами стэйкхолдеров

Из табл. 1. видно, что производственная концепция маркетинга, базируется на предположении того, что потребители отдадут предпочтение широкодоступным и недорогим продуктам. Сбытовая концепция маркетинга подчеркивает необходимое проведение

агрессивной политики сбыта и интенсивного продвижения товара на рынок. Согласно данной концепции, потребителей необходимо уговаривать сделать покупку, поэтому компания должна иметь в своем распоряжении широкий арсенал инструментов сбыта и продвижения товара. При использовании данной концепции важно не переступить грань ответственной конкуренции (Responsible Competitiveness (ТМ*) – подход AccountAbility [3]), в частности в продаже таких социально важных для населения товаров, как лекарственные средства (например, 91 % покупают лекарства, а приблизительно 37 % из них делают это постоянно [4], при этом выдуманных заболеваний, от которых продают лекарства во всем мире, насчитывается больше 200) [5]. Несмотря на перечисленное, фокусом КСО является:

1) использование в рекламе только точной и актуальной информации о продукте, которая в полной мере соответствует его реальным характеристикам;

2) ведение бизнеса в соответствии принципам «fair trade» (установление справедливых цен, которые покрывают затраты на производство, достойную зарплату персонала, сохранение природы);

3) недопущение нарушения прав потребителей при агрессивной политике продаж (например, ограничения прав потребителей при заключении кредитных договоров с банком и др.).

Концепция традиционного маркетинга побуждает компании использовать более эффективные, чем у конкурентов методы, стратегии и политику маркетинга и базироваться на тщательном выборе целевых рынков, диагностике потребностей потребителей, интегрированному маркетингу и жесткой ориентации на прибыльность. Фокусом КСО в данной концепции является:

1) лучше удовлетворить потребителей за счет диверсификации маркетинговой политики на разных рынках, увеличение эмоциональных выгод у покупателей при покупке, создание «КСО–ценностей» для потребителей;

2) ориентация маркетинговой политики на уровень «КСО–зрелости» потребителей;

3) смещение целей прибыльности корпораций в сторону реализации целей благополучия целого общества;

4) формирование имиджа корпорации как ответственного гражданина планеты (концепция «corporate citizenship»);

5) спонсорство социально ориентированных исследований, которые позволяют улучшить знания о клиентах;

6) реализация (поддержка) проектов в сфере «социального предпринимательства» [6].

Концепция индивидуального маркетинга предусматривает, что компания ориентируется на учет потребностей отдельных клиентов при формировании предложения товаров и услуг. Но в рамках данной концепции есть место для ответственного маркетинга. Задачами данного маркетинга являются:

1) формирование многоаспектной ценности для клиента взаимоотношениях с компанией;

2) поддержка долгосрочной лояльности клиентов честными способами;

3) поддержка высокого уровня ответственности перед клиентами и общества в целом (недопущение разглашения информации о клиенте, собранной во время работы с ним, недопущение отклонения от оплаты налогов в каналы прямых продаж и др.).

Концепция социально ориентированного маркетинга требует от компаний тщательной диагностики потребностей потребителей на целевых рынках, удовлетворение этих потребностей более эффективными и результативными чем у конкурентов способами при сохранении и повышении благополучия не только потребителей, но и общества в целом. Маркетинг компании, которая придерживается данной концепции, должен учитывать социальные и этические аспекты бизнес – деятельности, а именно компания должна сбалансировать достижение часто спорных целей собственной прибыльности, удовлетворение потребностей потребителей и интересов всего общества. Ориентация на КСО позволяет компаниям обеспечить стабильность наращивания денежных потоков в долгосрочной перспективе, даже если для этого сегодня потребуются пожертвовать часть прибыли. Успехом реализации данных планов является укрепление взаимоотношений с ключевыми группами стэйкхолдеров – потребителями и обществом, формирование их лояльности к компании и ее продуктам. Концепция целостного или холистического маркетинга, предлагает рассмотреть влияние на результативность и эффективность маркетинговой деятельности всех аспектов, как самого процесса разработки продукта, так и его дальнейшего позиционирования и продвижения на рынок, так и взаимоотношения с ключевыми группами стэйкхолдеров [7].

Таким образом, любой аспект поведения компании на рынке становится значимым, а в процессе управления таким поведением учитывает значительно шире круг рисков, в частности, регулятивные, региональные, климатические, социально – медийные [8]. Следовательно, в рамках данной концепции маркетинг социальной ответственности оформляется в отдельное направление маркетинговой деятельности, а социально ответственный подход применяется во всех аспектах маркетинговой деятельности: маркетинг взаимоотношений с ключевыми группами стэйкхолдеров, маркетинг интегрированных коммуникаций, внутренний маркетинг.

Выводы и перспектива дальнейших исследований. Таким образом, в данной работе оформлены стратегические ориентиры интеграции концепции корпоративной социальной ответственности в комплекс маркетинга, который облегчает практическую реализацию данного задания на предприятиях. Актуальными проблемами дальнейших исследований в данной сфере является идентификация и оценка рисков влияния ухудшения взаимоотношений с ключевыми группами стэйкхолдеров на эффективность маркетинговой деятельности на рынках с высоким потенциалом роста.

Литература

1. Leaders of change: Companies prepare for a stronger future // Economist Intelligence Unit report. – The Economist. – 2001. – January. – 21 p.
2. See the future. Top industry clusters [Electronic resource]. – September 2010. – Access mode: <http://www.pwc.com/gr/en/surveys/see-the-future-2040.jhtml>
3. Responsible Competitiveness [Electronic resource] // AccountAbility. – Access mode: <http://www.accountability.org/research/responsible-competitiveness>
4. Жители покупают лекарства так же часто, как хлеб [Электронный ресурс] // Комментарии. – 2011. – Режим доступа: <http://life.comments.ua/2011/09/09/286996/zhitely-rokupaют.html>
5. Экспертный журнал British Medical Journal насчитал более 200 выдуманных болезней [Электронный ресурс] // Комментарии. – 2011. – Режим доступа: <http://life.comments.ua/2011/09/27/290960/ekspertnyy-zhurnal-british.html>
6. Черпак А.Є. Політика соціальної відповідальності корпорацій: питання мотивації та формування / А.Є. Черпак // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць // Спец. вип. «Економіка підприємства: теорія і практика»: у 2 ч. Ч. II. – К.: КНЕУ, 2010. – 401 с. – С. 180 – 186.
7. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 211 с.
8. Murningham Marcy, Baue Bill. Riskier Business [Electronic resource] // Account Ability. – 2011. – July 11. – Access mode: [accountability.org](http://www.accountability.org).

УДК 334.72:504

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КАМПАНІЇ APPLE У СФЕРІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОГРАМ

Ерин В. А.,

*студент кафедри загального і адміністративного менеджменту,
Донецький державний університет управління, м. Донецьк*

В статті розглянуто дослідження самої дорогої компанії світу за 2013 рік – компанії Apple, стосовно соціальної відповідальності в сфері реалізації екологічних програм. Оскільки діяльність цієї компанії пов'язана з масовим виробництвом новітніх технологій, які поширюються по всьому світу, питання дотримання екологічних стандартів і реалізації своїх екологічних програм – є одним з найбільш важливих питань для компанії, оскільки виробник дотримується різних норм і стандартів на всьому ринку збуту.

Ключові слова: *Екологізація, соціальна відповідальність бізнесу, екологічні програми, відновлювані джерела енергії, соціальні принципи, енергоефективність, відновлювані ресурси, екологічні стандарти.*

In this article is considered the research about the social responsibility in the way of the sphere of achievement ecological programs of the most expensive company in 2013 in the world – Apple Inc. Since the activity of this company is connected with the mass producing of newest technologies which are speared around the world, the question about obeying of ecological standards and the realization their ecological programs – is one of the most important point forthem because the company observes different rules and standards of all sales market.

Keywords: *Greening, social responsibility, environmental programs, renewable energy, social principles, energy efficiency, renewable resources, environmental standards*

Постанова проблеми. Під екологізацією виробництва розуміється сукупність всіх видів господарчої діяльності та здійснення комплексу технічних, організаційних та економічних заходів, які забезпечують рівновагу еколого-економічної системи. На рівні підприємства комплексна екологізація передбачає екологізацію організаційно-технічних відносин з факторами зовнішнього та внутрішнього середовища. У свою чергу, екологізація внутрішнього середовища підприємства означає екологізацію виробничої, економічної систем та системи управління підприємством. Екологізація виробничої системи передбачає екологізацію продукції, тобто перехід до таких її видів, використання яких не впливає на якість навколишнього середовища, екологізацію техніки та технології виробництва, інноваційних процесів на підприємстві. Екологізація економічної системи може здійснюватись шляхом урахування екологічного фактору при плануванні, ціноутворенні, інвестуванні, матеріально-технічному забезпеченні виробництва, мотивації та оплати праці, маркетинговій діяльності. В сучасних умовах господарювання, проблема антропогенного забруднення навколишнього середовища, погіршення якості та виснаження природних ресурсів має глобальний характер. Господарська діяльність людини пов'язана з викидами у навколишнє середовище різних шкідливих домішок, що може викликати незворотні зміни в екосистемі. Нові підприємства, які були створені останнім часом, намагаються використовувати екологічно безпечні технології, однак існують організації, на яких використовується обладнання, що не відповідає екологічним нормам. Особливо, ця проблема пов'язана з підприємствами, які збанкрутували або підлягають санації. В умовах кризового фінансового стану, більшість з них не приділяють особливої уваги до відновленню забруднених земель або водних ресурсів, оскільки більшість підприємств вже збанкрутіли та закриті, отже їх не можливо притягнути до відповідальності за забруднення. Саме тому, будь яке підприємство на початковому етапі своєї діяльності, повинне не тільки розробляти екологічні програми, але й вживати певні заходи, щоб уникнути проблем забруднення у майбутньому. Оскільки організації відповідають за забруднення навколишнього середовища, яке впливає на здоров'я як його робітників, так і населення в цілому, то підприємства несуть соціальну відповідальність перед суспільством.

Мета статті. З'ясувати які саме новітні технології використовує найдорожча компанія світу, котра може слугувати зразком для інших підприємств в тому ж напрямку виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність суб'єктів господарювання за дотриманням норм та правил в кожній сфері суспільства, які впливають на якість життя окремих соціальних груп та суспільства в цілому. Також, це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, пов'язаних з основною діяльністю компанії. Об'єктом дослідження є певна організація, а саме, найдорожча компанія світу за 2013 рік – Apple. Вже понад 20 років Apple працює над тим, щоб максимально знизити вплив їх компанії та продуктів, що вони виробляють, на навколишнє середовище. Вони поставили перед собою амбітну мету: використати для електропостачання всіх об'єктів Apple виключно енергію з відновлюваних джерел, вироблену на сонячних, вітрових, гідроенергетичних і геотермальних електростанціях. Сьогодні компанія досягла цієї мети у всіх її центрах обробки даних, що надають інтернет-послуги. Засіб виробництва, використання та утилізації продуктів відіграє найважливішу роль в загальному обсязі викидів парникових газів компанії Apple. Саме тому, вони створюють свої продукти максимально екологічними. Середній рівень використання енергії з відновлюваних джерел на всіх об'єктах корпорації Apple по всьому світу зросло на 114 %, як зображено на рис.1.

Для досягнення 100-відсоткового рівня по всьому світу вони зводять нові енергоефективні будівлі і проводять модернізацію вже існуючих. Також, компанія встановлює на об'єктах власні поновлювані джерела енергії, включаючи сонячні панелі і паливні елементи.

Енергоспоживання в штаб–квартирі скорочено більш ніж на 30%, в той же час, рівень зайнятості збільшився більш ніж на 12 %.

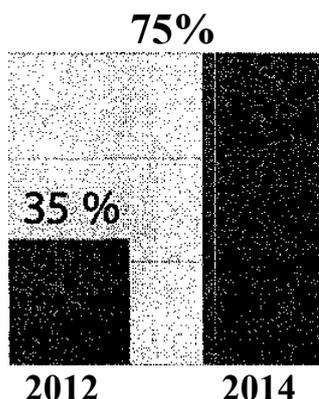


Рис. 1. Енергія з відновлювальних джерел на всіх об'єктах Apple.

А для стабільного енергопостачання Apple укладає якомога більше довгострокових договорів з незалежними постачальниками енергії. Мета цього виробника полягає в наступному: повністю покривати потреби в електропостачанні всіх об'єктів Apple енергією з відновлювальних джерел, виробленої на сонячних, вітрових, гідроенергетичних і геотермальних електростанціях. Тому компанія вкладає кошти у вироблення власної електроенергії, встановлює відносини з постачальниками для отримання енергії з автономних поновлюваних джерел і скорочує потреби в електроенергії, незважаючи на зростання штату співробітників компанії Apple. Всі інвестиції себе окупили. Виробник вже досяг 100-відсоткового рівня використання енергії з відновлюваних джерел у всіх своїх центрах обробки даних, а саме, на майданчиках в Остім, Елк – Гроув, Корку та Мюнхені, а також у штаб-квартирі Infinite Loop в Купертіно. Середній рівень використання енергії з відновлюваних джерел на об'єктах Apple по всьому світу складає 75 %, але компанія очікує, що цей показник буде рости, коли їм стане доступно більше поновлюваних джерел енергії. Вони не збираються зупинятися, поки не досягнуть 100-відсоткового рівня у всій корпорації. Одним із прикладів діяльності компанії саме в цьому напрямку став оновлений iMac, для якого потрібно на 68 % менше матеріалів і який виробляє на 67 % менше вуглекислого газу, ніж попередні покоління. Крім того, алюмінієва підставка нового iMac на 30 % складається з перероблених матеріалів. В цілому, компанія Apple використовує наступні енергоефективні рішення при будівництві своїх нових центрів та перебудови старих:

- система зберігання охолодженої води, яка дозволяє підвищити ефективність охолоджувальної установки, переносячи споживання 10400 кВт електроенергії з пікових на не пікові години щодня;

- використання зовнішнього повітря для охолодження води в теплообмінниках в нічний час, а у період зниження температури, дозволяє не тільки зберегти охолоджену воду, але й тримати охолоджувальні установки вимкненими більше 75 % часу;

- система вентиляторів з регульованою швидкістю обертання дозволяє гранично точно управляти розподілом потоку охолодженого повітря у відсіках для його зберігання. Це дозволяє точно регулювати рівень охолодження серверів в будь-який момент;

- розподіл потужності під більш високою напругою дозволяє підвищити ефективність і знизити втрати потужності;

- дахи білого кольору забезпечують максимальне відбиття сонячної енергії;

- високоефективне світлодіодне освітлення поєднується з датчиками Руху, Моніторинг та аналіз споживаної потужності ведеться в режимі реального часу.

При будівництві використано 14 % вдруге перероблених матеріалів, утилізовано 93 % будівельних відходів, а 41 % матеріалів придбано в межах 800 км від місця будівництва. Окрім цього, у найдорожчої компанії світу є понад 20 спеціальних принципів, яких вони дотримуються, завдяки яким компанія змогла досягнути високих показників, а також, за допомогою яких, зможе підвищити їх протягом наступних років. Основні принципи Apple:

1. Програма утилізації: 153 партнера Apple по всьому світу переробляють відслужену електронну техніку. Програма утилізації з 1994 року позбавила міські звалища від 151 504 тонн промислових відходів. Компанія переробляє більше 70 % відслужених гаджетів і комп'ютерів.

2. Мінімум упакування: упаковка iPhone 5 на 28 % менше, ніж упаковка першої моделі iPhone.

Це означає, що на борт судна або літака можна завантажити більше коробок з телефонами, а для їх перевезення буде потрібно менше рейсів. Економиться один рейс «Боїнга 747» на кожні 416 667 реалізованих пристроїв.

3. Компостування органічних відходів: у штаб-квартирі Apple в Купертіно компостують харчові відходи в їдальні У рамках цієї програми вдається знизити кількість твердих відходів.

4. Використання вторсировини: Apple використовує перероблений пластик, папір і біополімери для виробництва деталей пристроїв і навіть подарункових карт iTunes. Перероблені пластикові пляшки, наприклад, використовуються для виготовлення вентиляторів для Mac Pro.

5. Контроль друку документів: У більшості офісів компанії налагоджений процес друку за запитом, який контролюється спеціальним персональним бейджем кожного співробітника. Друк відправленого на принтер документа запускається тільки після сканування бейджа співробітника. Таким чином, у 2012 році ця система дозволила офісам Apple, розташованим в Європі, роздрукувати на 230 000 сторінок менше, ніж було до її введення.

6. Відмова від полівінілхлориду: Apple активно просуває стандарти відмови від ПВХ при виробництві живильних кабелів серед своїх постачальників по всьому світу. Пов'язано це з тим, що утилізація ПВХ шляхом спалювання супроводжується викидом високотоксичних сполук – діоксинів.

7. Кадрова політика: погоня Apple за кращими кадрами в різних областях увінчалася успіхом і в області екології. С травня 2013 екологічну команду компанії очолює Ліза Джексон, колишній керівник американського агентства з охорони навколишнього середовища ЕРА. Тепер вона є ініціатором всіх нових екологічних проектів Apple.

8. Енергоефективність: Apple визнає ключовою проблему економії електроенергії, яка залежно від країни виробляється з різною екологічністю. З 2008 року компанії вдалося на 40 % скоротити середнє енергоспоживання пристроїв.

9. Економія матеріалів: Всі пристрої Apple з кожною версією стають все тонше і легше. При їх виробництві використовуються технології ротаційного зварювання тертям, так що, наприклад, тепер для виготовлення iMac потрібно на 68 % менше матеріалів.

10. Стандарти EPEAT: Apple публічно взяла на себе зобов'язання в прихильності системі екологічних рейтингів EPEAT, а відмова Apple від рейтингу EPEAT для пристроїв з дисплеєм Retina, насправді виявилася ініціатива компанії в удосконаленні застарілих стандартів.

Отже, завдяки усім зусиллям компанії Apple, в сфері екологічних програм, вона змогла досягнути високих показників щодо зменшення витрат на виробництво продукції і оплати електроенергії. Також, виробник значно зменшив викиди в навколишнє середовище та підвищив рівень використання вживаної продукції в новій. Завдяки усім цим крокам, цей виробник посідає лідируюче місце серед екологічно чистих виробництв по всьому світу, зменшив витрати на нові запчастини та відсоток використання невідновлюваних ресурсів. Якщо проаналізувати діяльність компанії Apple саме в екологічному напрямку, можна побачити великі перспективи для розвитку не тільки самого виробництва, але й екологічних систем та обладнання. Будь яке підприємство може використати ті ж самі принципи, які стосуються як товару, так і виробничого процесу або обладнання самого заводу. Ці правила зможуть не тільки заощадити на виробничому процесі, що зробить продукцію більш доступною, але й зменшити витрати за забруднення навколишнього середовища. Усі дії Apple були направлені на зменшення залежності від використання не відтворюваних ресурсів, зменшення викидів та збільшення обсягу використання втор сировини, тобто використовувати перероблений пластик, папір і біополімери для виробництва нових деталей та пристроїв. Подібні програми здатні значно вплинути на кінцеву вартість готової продукції, оскільки зменшаться витрати на придбання нової сировини і утилізації старої. Наслідками таких програм може слугувати зростання конкурентоспроможності, оскільки ціна буде знижуватися. Отже, існують багато варіантів зниження витрат виробничого процесу, оскільки існує безліч новітніх технологій в екологічному напрямку, які, зрештою, знизять вартість продукції.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Таким чином, можна сказати, що будь яке підприємство, яке своїм виробничим процесом може забруднювати навколишнє середовище, повинне реалізувати певні заходи та програми, щоб відшкодувати збитки. Окрім цього, ці програми можуть допомогти зменшити витрати, отже, зробити свою продукцію більш доступною. А компанія Apple може слугувати гарним зразком як корпорації, яка завдяки усім реалізованим екологічним програмам змогла досягти таких показників. Але найголовнішим кроком щодо соціальної відповідальності виробника у сфері реалізації екологічних програм – це планування та здійснення певних кроків ще на початку виробництва та подальше удосконалення

технологій. Завдяки таким компаніям, як Apple, сучасне суспільство може зберегти навколишнє середовище, шляхом подібних програм, не зазнаючи збитків у виробництві та реалізації продукції. А правильно спланована, організована і контрольована програма може підвищити прибуток будь якого виробника, за рахунок використання вживаною продукції, економії електроспоживання та інше.

Література

1. Інформаційне джерело – Офіційний сайт Apple «Apple та екологія» www.apple.com/ru/^
2. Інформаційне джерело – Офіційний сайт Apple «Звіти екологічних досягнень» [/www.apple.com/ru/environment/reports/](http://www.apple.com/ru/environment/reports/)^
3. Інформаційне джерело – Екологічні ініціативи Apple «Зелена корпорація» recyclemag.ru/article/apple
4. Інформаційне джерело – Все про Apple «Apple визнали однією з найбільш екологічно чистих компаній» www.prostomac.com/2014/^–
5. Корпоративна соціальна відповідальність: «світова та вітчизняна практика» – навчальний посібник, Зарецький А.Д., – 2013 р.
6. Корпоративна соціальна відповідальність у сфері бізнесу навчальний посібник, Коротков Е.М., 2010 р.

УДК 65.012.34:368

СТРАХОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Гужва Ю. А.,**студентка кафедры маркетинга и логистики,**Шепилова В. Г.,**к. э. н., доцент кафедры туризма,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье представлен анализ возможности и причин возникновения рисков в логистических системах, обосновано использование одного из инструментов управления рисками – страхования, в частности, страхования грузов как основного элемента материального потока.

Ключевые слова: логистика, логистическая система, страхование, риск, груз, грузоперевозка, страховая выплата, страховая премия.

It is presented in the article: the analysis of the possibilities and causes of risks in logistic systems it is substantiated the use of insurance as one of the main tools of risk management, in particular, the use of cargo insurance as a key element of the material flow.

Keywords: logistics, logistic system, insurance, risk, cargo, transportation insurance payment, insurance premium.

Постановка проблемы. Логистическая система предприятия характеризуется комплексом рисков разного типа вследствие влияния объективных, субъективных, внешних и внутренних факторов. В условиях кризиса важной задачей является разработка конкретных организационных и финансово-экономических механизмов для создания условий эффективной деятельности предприятий. Одним из традиционных инструментов экономической защиты рисков является страхование. Применение страховой защиты – это снижение рискового характера производственного и инвестиционного климата, формирование нового типа отношений по предупреждению, преодолению, локализации и безусловному возмещению ущерба и возможных потерь для физических и юридических лиц при наступлении страховых случаев. В логистической системе предприятия применение механизма страхования транспортных средств (каско) и грузов (карго) необходимо для максимального снижения рисков, которые возникают при перевозке грузов от поставщика к получателю, а также сведения к минимуму возможных потерь при реализации этих рисков. Различного рода риски возникают при отправке, перевозке и получении грузов; они возникают в транспортной логистике и на этапе складского хранения, имеют разноплановый характер в зависимости от причин, по которым может произойти повреждение или утрата как груза, так и транспортного средства. Факторами риска могут быть неполадки транспортных средств или систем жизнеобеспечения на складе, нарушение сроков поставок, невыполнение договорных обязательств, ошибки персонала, хищения, противоправные действия третьих лиц, всевозможные форс-мажорные обстоятельства – стихийные бедствия, социальные потрясения, которые делают невозможным нормальное осуществление логистических операций, и даже повышенная экологическая опасность самого перевозимого груза. Комплексное влияние рисков, характерных транспортной сфере деятельности, снижает эффективность функционирования предприятий данной отрасли. Весь этот комплекс обстоятельств необходимо принимать во внимание при осуществлении грузоперевозок. В известной степени риски могут быть минимизированы благодаря отлаженной работе всех звеньев логистической цепи за счёт профессионализма участников логистического процесса и качественных характеристик их бизнеса. Однако особую актуальность приобретают экономические инструменты защиты и управления рисками в логистической системе предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам страхования рисков в системе логистики предприятия посвящены научные работы Кулаговской Т. А. [1], Ильтубаевой А. О. [2], Ломтева А. [3], Кролли О. А., Проценко О. Д. [4] и др.

Актуальность выбранной темы. Риск-менеджмент в логистике является неотъемлемым элементом экономических отношений и становится органической частью стратегии и тактики

социально-экономической политики предприятий. Детальная характеристика страхования как одного из распространённых и действенных инструментов финансового управления рисками представляет собой механизм компенсации рисков страховыми компаниями. Следовательно, актуальность рассматриваемой проблемы не вызывает сомнений, поскольку анализ возможности возникновения тех или иных рисков, а также использование инструмента, позволяющего снизить вероятность их появления, степень влияния на материальные и другие потоки, является важным условием повышения эффективности работы предприятия.

Целью статьи является рассмотрение понятия риска в логистических системах предприятия, обоснование целесообразности применения одного из инструментов управления рисками-страхования.

Изложение основного материала исследования. Систематические изменения, происходящие как в экономике, так и в логистической науке, обусловили возникновение различных подходов к изучению и определению понятия риска. Этот факт во многом объясняется тем, что в последние годы учёные многих стран мира занимаются изучением многоаспектной проблемы оценки, анализа и управления рисков. Разрозненность мнений о сущности риска объясняется недостаточным количеством теоретических и прикладных исследований и разработок в данной области знаний, сложностью рискованных явлений, отсутствием мер, связанных с минимизацией рисков. Кроме того, риск – это многоаспектное явление, имеющее огромное количество несовпадающих, а иногда и противоположных оснований возникновения. Неоднозначность условий возникновения и трактовки обуславливает возможность появления различных определений, объясняющих понятие риска со многих точек зрения [1]. Определение «риск» связано с французским «*risque*» и итальянским «*risico*» как возможность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определённых решений или действий, а также как вероятность понести убытки или упустить выгоду, неуверенность в получении соответствующего дохода или убытка [5]. Словарь антикризисных терминов отождествляет понятие «риск» с вероятностью возникновения некоторого неблагоприятного события [6]. В работах некоторых учёных и исследователей, в частности Кулаговской Т. А., риск понимается как деятельность, совершаемая в расчёте на удачный исход. Соединение первого и второго подходов даёт возможность определить риск как «вероятность ошибки или успеха того или иного выбора в ситуации с несколькими альтернативами» [7]. Ряд авторов определяют риск как событие или группу случайных, родственных событий, наносящих ущерб объекту, обладающему данным видом риска. Некоторые учёные риск отождествляют с возможной опасностью того, что цель инвестиционного, предпринимательского или другого проекта не будет достигнута в намеченном объёме. Другие исследователи сопоставляют риск с опасениями, что реализация проекта приведёт к убыткам. Авторы, занимающиеся экономико-статистической оценкой рисков, рассматривают риск либо как дисперсию (меру рассеивания) полученных по результатам прогнозирования оценочных показателей рассматриваемого проекта (прибыль, рентабельность, доходность), либо определяют риск как вероятностное распределение результатов хозяйственных действий организации [1]. Различного рода риски – неизбежные спутники товара на всём его пути по логистической цепочке. Они возникают и в транспортной логистике, и на этапе складского хранения, могут быть разными, в зависимости от причин, по которым может произойти повреждение или утрата товара. Любая логистическая цепь или система включает огромное количество элементов, которые связаны и функционируют под влиянием различных факторов, что порождает определённый уровень риска. Поскольку ключевым логистическим принципом является надёжность, которая должна соблюдаться на всех этапах движения материальных потоков промышленного предприятия, риск функционирования цепи поставок должен быть минимизирован или нейтрализован. Страхование в логистике – это система защиты интересов участников процесса грузоперевозки, юридических и физических лиц. Роль страхования заключается в том, что предприятие готово платить страховые взносы, чтобы минимизировать риски или максимально снизить их вероятность. Есть такие виды рисков, которые невозможно предвидеть. Например, это ущерб от огня и природных явлений, от снижения деловой активности, несчастного случая или болезни ведущего работника фирмы, от интеллектуальной деятельности которого зависит успех предприятия в целом. В этом случае целесообразно воспользоваться услугами страховой компании, тем самым избежать реализацию риска [2]. Логистическая система даёт огромное множество и разнообразие форм практической реализации, которая состоит из подсистем (табл. 1).

Таблица 1

Страхование и риски на пути товародвижения [3]

<i>Наименование логистических подсистем</i>	<i>Риск</i>	<i>Способ страхования</i>
Закупки	Переплата за качество. Затратное производство.	Функционально–ценовой анализ; соблюдение бюджета; оптимизация условий сделки.
Транспортировка	Неизбежность транспортных издержек. Срыв поставки. Кража товара.	Оптимизация маршрута; работа диспетчеров; охрана; имущественное страхование; страхование ответственности.
Хранение	Иммобилизация материальных ресурсов. Хищение имущества	Управление запасами. Охрана. Противопожарные мероприятия. Имущественное страхование.
Материально–техническое снабжение	Несоответствие поставок. Некачественные ресурсы. Возникновения дефицита. Неликвиды и остаток запаса	Нормирование расхода. Входной контроль. Управление производственными запасами. Оперативные закупки. Поставки в срок.
Внутрипроизводственное движение материальных ресурсов.	Несоблюдение ритма производства	Управление запасами в незавершенном производстве. Подготовка материалов к потреблению.

Каждая эта подсистема имеет свой определённый риск, в результате этого выбирается метод страхования. Страховые логистические системы должны проектироваться таким образом, чтобы в них нашли своё применение как вертикальные (перестраховочные), так и горизонтальные технологии (так называемое «сострахование», при котором страховая компания принимает на себя долю общего риска, получая адекватную часть совокупной страховой премии) [3]. Логистические методы могут быть эффективно использованы в процессе решения задач о выборе оптимальной схемы страхования при определении рационального размера страховых резервов и выборе лучшего маршрута финансовых потоков страховых компаний. Конкретные логистические методики избираются в зависимости от того, какие технологии продвижения страховых услуг к их потребителям уже используются, и какие из них предстоит освоить в ближайшем будущем. Одним из требований, которому должна удовлетворять страховая логистическая система и которое существенно изменяет и усложняет финансовые и информационные потоки, является необходимость так называемого «вторичного страхования», что возможно только при наличии перестраховочных компаний, осуществляющих перестрахование по отношению к наиболее крупным и опасным страховым рискам [4]. Принцип перестрахования, как правило, применяется страховыми компаниями для перераспределения риска с целью создания сбалансированного страхового портфеля страховщика. Актуальным является анализ возможности и целесообразности создания комплексных страховых логистических систем, связанных с коммерческой деятельностью в промышленности, строительстве, на транспорте, в торговле и др. отраслях экономики. Комплексный подход страховых логистических систем предусматривает такие виды страхования, как имущественное, страхование товаров, грузов, транспортных средств; страхование гражданской ответственности предприятий – источников повышенной опасности, предприятий-перевозчиков, страхование ответственности за неисполнение обязательств. Большое значение приобретают формирование и функционирование логистической деятельности в индустрии туризма, а также социальные логистические системы, призванные осуществлять программы планового переселения населения.

В этом направлении большую роль играет личное страхование, страхование гражданской ответственности, страхование в системе экологии, а также страхование банковских и биржевых рисков [4]. Создание логистической системы страхования подразумевает наличие достаточного количества информации обо всех сферах деятельности и рынках, которые повышают вероятность учёта наибольшего количества факторов возникновения различных рисков, а также выбора наиболее подходящей альтернативы их предотвращения. Анализ рынка страхования грузов отдельных страховых компаний за 2013 год представлен в табл. 2 [8].

Таблица 2

**Показатели страховых компаний на страховом рынке РФ
(страхование грузов)**

<i>Страховая компания</i>	<i>Премии, тыс. руб.</i>	<i>Выплаты, тыс. руб.</i>	<i>Уровень выплат, %</i>	<i>Доля рынка, %</i>
СОГАЗ	1,779,639	82,187	4,6	8.36
Росгосстрах	838,230	92,533	11.0	3.94
Ресогарантия	520,949	86,325	16.6	2.45
Группа Ренессанс Страхование	450,668	80,661	17.9	2.12
ВСК	427,191	112,234	26.3	2.01
АльфаСтрахование	344,093	123,742	36.0	1.62

По данным табл. 2 видно, что компания «СОГАЗ» является лидером по полученным страховым премиям, доля рынка компании составила 8,36 %. При этом уровень выплат данной страховой компании составил в отчётном году 4,6 %, что значительно ниже, чем у других страховщиков. В соответствии с действующими правилами страхования рассмотрены условия страхования грузов представленных в табл. 2 страховых компаний, в соответствии с которыми заключаются договора страхования (табл. 3).

Таблица 3

Условия страхования грузов страховыми компаниями

<i>Страховая компания</i>	<i>Условия страхования</i>
1	2
СОГАЗ	<p>– На страхование принимаются риски утраты, гибели или повреждения груза, обладающие признаками вероятности и случайности наступления.</p> <p>– Возмещается упущенная выгода (неполученные ожидаемые доходы), расходы, связанные с исполнением договора на поставку, взносы по общей аварии, а также необходимые и целесообразно произведённые расходы с целью спасения груза, уменьшения убытка и установления его размера.</p> <p>– Грузы с особыми условиями транспортировки могут быть застрахованы согласно специальным оговоркам [9].</p>
Росгосстрах	<p align="center">Могут быть защищены такие интересы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Грузы в период транспортировки и временного хранения. 2. Транспортные расходы, в том числе фрахт, таможенная пошлина и иные расходы по транспортировке груза. 3. Расходы по доставке поврежденного груза к месту ремонта и возвращению после ремонта, стоимость расходов на командирование специалистов для ремонта. <p align="center">Страхование грузов осуществляется по таким категориям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «с ответственностью за все риски»; • «с ответственностью за полную гибель и повреждения»; • «без ответственности за повреждения, кроме случаев крушения» [10].
РЕСО–Гарантия	<p>– Условия страхования грузов максимально приближены к стандартам лондонского страхового рынка – оговоркам (условиям) института страховщиков (ИСС '82).</p> <p>– Страховой полис обеспечивает страховую защиту, действующую</p>

	<p>как в России, так и за рубежом.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Возможность выбрать наиболее удобный и подходящий вариант страховой защиты. – Генеральный полис можно оплачивать в рассрочку. – Страховые выплаты производятся в течение семи дней после подписания страхового акта [11].
Группа Ренессанс Страхование	<ul style="list-style-type: none"> – Страхуются почти все виды грузов от порчи и утраты груза при перевозке в любую точку земного шара воздушным, водным и наземным транспортом на разных условиях. – Оплачиваются расходы по установлению размера убытка независимо от признания события страховым случаем. – Услуги по управлению рисками и их минимизации во время транспортировки грузов, а также круглосуточная консультационная поддержка Call-центра при наступлении страхового события. – Страховая сумма оговаривается в договоре и зависит от стоимости груза [12].
ВСК	<ul style="list-style-type: none"> – Оптимальная программа страхования с точки зрения надежности защиты перевозимых грузов и оптимизации затрат клиентов. – Страхование всех видов грузов, включая наливные, насыпные и навалочные, перевозку денежной наличности. – Осмотр и урегулирование претензии в любой точке мира. Выяснение обстоятельств прохождения груза по маршруту в любом регионе РФ. – Программа перестрахования рисков (сотрудничество с ведущими мировыми перестраховочными компаниями). – Страховой суммой является определённая договором сумма, исходя из которой, устанавливаются размер страховой премии и размер страховой выплаты при наступлении страхового случая [13].
АльфаСтрахование	<ul style="list-style-type: none"> – Страхование покрывает повреждение или гибель груза, произошедшие в результате случайностей и опасностей перевозки, кражи, разбойного нападения, военных и забастовочных рисков и др., в зависимости от объёма страхового покрытия. – Возмещению подлежат убытки, вызванные повреждением или гибелью груза, расходы по спасанию или ремонту повреждённого груза, расходы по экспертизе [14].

Анализируя данные табл. 2 и табл. 3, можно сделать вывод, что рассматриваемые страховые компании предоставляют широкий перечень услуг по страхованию грузов, условия имеют некоторые отличия между собой, но уровень обслуживания находится на высоком уровне, что обуславливается лидерством данных предприятий страхового бизнеса. Лидером по выплатам является компания «АльфаСтрахование», уровень выплат которой составил 36 %. Доля страховой компания «Росгосстрах» на рынке страхования грузов составила 3,94 % уровень выплат – 11 %. Таким образом, становится очевидным, что каждая компания развивается, имеет собственную динамику, стремясь конкурировать с другими лидерами на страховом рынке. Анализируя представленные показатели, можно предположить, что в последующих периодах ситуация может измениться, есть вероятность, что абсолютные лидеры уступят свои позиции развивающимся компаниям, имеющим тенденции к прогрессивной динамике.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В процессе транспортировки, то есть с момента передачи отправителем груза перевозчику и до момента получения его собственником, груз подвержен целому ряду рисков. Страхование грузов – это универсальный и наиболее эффективный способ управления рисками. Условия договора страхования могут покрывать риски, связанные не только с транспортировкой, но и с процессом погрузки-разгрузки товара, или нахождением груза на складе, или перегрузочном терминале. Объектом страхования является имущественный интерес, связанный с возмещением убытков, понесённых владельцем груза, однако страхование распространяется только на грузы, подготовленные и упакованные в соответствии с нормами и стандартами перевозки. Страхование может обеспечивать страховое покрытие на весь период транспортировки, то есть с момента передачи

груза под ответственность перевозчика либо экспедитора в пункте отправления и заканчивая моментом передачи груза под ответственность грузополучателя. Страховыми компаниями предоставляются также сопутствующие услуги, способствующие безопасности грузоперевозки. Специализированные страховые компании, являясь самостоятельными субъектами страхового рынка, вместе с тем, выполняя свои задачи, становятся частью институциональных логистических инфраструктур. Согласно договору страхования, страхователь уплачивает страховые премии страховщику, а страховщик возмещает ущерб при наступлении страхового случая. В системе страхования, целью которого является обеспечение страховой защиты и надёжности функционирования логистической системы предприятия, важное место занимает управление рисками с использованием этого инструмента.

Литература

1. Кулаговская Т. А. Управление логистическими рисками промышленных предприятий / Т. А. Кулаговская // Экономика, управление и инвестиции. – 2014. – № 1(3). – С. 264 – 270.
2. Ильтубаева А. О. Страхование логистических процессов на агропромышленном предприятии / А. О. Ильтубаева // «Novainfo»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novainfo.ru/archive/33/strakhovanie-logisticheskikh-protsessov>
3. Ломтев А. Вестник УКЦ АПИК: Логистика: меры по сокращению рисков. Страхование грузов. Конфликты интересов // Мир климата №70, 2012. – С. 80 – 84
4. Кролли О. А., Проценко О. Д. Логистика и экономические науки: проблемы инфильтрации и взаимодействия // Российское предпринимательство. – 2005. – № 5 (65). – с. 84 – 88
5. Азрилиян А. Н., Азрилиян О. М., Калашникова Е. В., Квардакова О. В. Новый экономический словарь / А. Н. Азрилиян – М.: Омега –Л, 2006.
6. Юн Г. Б., Таль Г. К., Григорьев В. В.. Словарь по антикризисному управлению / Г. Б. Юн – М.: Дело, 2003.
7. Кулаговская Т. А. Анализ и оценка рисков в процессе управления товарно-материальными запасами / Т. А. Кулаговская // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института, 2012. – № 4. – С. 72 –76.
8. Статистика страхового рынка: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://programma-osago.ru/statistics/default/index?posts>
9. Страхование грузов («СОГАЗ»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sogaz.ru/corporate/property/cargo/?popup=Y>
10. Транспортное страхование грузов («Росгосстрах»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rgs.ru/products/juristic_person/property/cargo/generalinfo/index.wbp
11. Страхование грузов («Ресо-гарантия»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reso.ru/Corporate/Cargo/>
12. Суда и грузы. Условия страхования («Группа Ренессанс Страхование»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irk.renins.com/corporate/assets/ships/terms/>
13. Страхование грузов («ВСК»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vsk.ru/companies/58/cargo_insurance/
14. Страхование грузов («АльфаСтрахование»): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alfastrah.ru/corporate/cargo/cargoes/>

УДК 658.589:622.012.2

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Жушма И. А.,

студентка кафедры экономики предприятия,

Мешкова В. С.,

к. э. н., доцент кафедры экономики предприятия,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье рассмотрена необходимость преодоления кризисного состояния угледобывающих предприятий путём использования инновационных подходов.

Ключевые слова: инновационная стратегия; инновационная деятельность; угледобывающее предприятие; инновационный менеджмент.

The article discusses the need to overcome the crisis situation of coal mines through the use of innovative approaches.

Keywords: innovation strategy; innovation; coal mining enterprise; innovation management.

Постановка проблемы. В современных условиях практически все отрасли промышленности в качестве одного из важнейших факторов реструктуризации, который непосредственно влияет на уровень рентабельности и конкурентоспособности, рассматривают соблюдение именно инновационной направленности. Это актуально и для предприятий угольной промышленности, интенсификация производственной деятельности которых невозможна на базе устаревшей техники, технологии и организации производства. Чем глубже инновации проникают в используемые материальные ресурсы, тем эффективнее инвестиции обслуживают инновации в производстве и тем устойчивее становится конкурентоспособность [1]. Хотя угольная промышленность не относится к числу отраслей, где создаются технологии, которые формируют новый технологический уклад человечества, проблема формирования и реализации её инновационной стратегии является весьма актуальной. Инновации могут дать основание для повышения эффективности угледобычи и его безопасности. За счёт внедрения новых технологических решений, непосредственно связанных с добычей и переработкой угля, а также тех, которые касаются жизнедеятельности шахты и использования новой техники, появляется возможность создания даже в неблагоприятных горно-геологических условиях предприятий, которые отвечают требованиям XXI века.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию инновационного развития угольных предприятий посвящены научные труды А. И. Амоши, И. П. Булеева, А. И. Волкова, Ж. А. Говорухи, С. Ф. Поважного, Л. И. Федуловой и других учёных.

Целью статьи является обоснование необходимости инновационного развития угольных предприятий для обеспечения их эффективного функционирования.

Изложение основного материала исследования. Необходимость инновационного развития угледобывающих предприятий вызвана неотложными проблемами угольной промышленности:

1. Крайне устаревший морально и изношенный физически шахтный фонд, что определяет его низкую инвестиционную привлекательность для осуществления инновационной модели модернизации и развития угольной промышленности.

2. Недостаток средств (собственных, заимствований, господдержки, негосударственных инвестиций), которые необходимы для обеспечения текущего функционирования и для развития угледобывающих предприятий.

3. Нерешённость вопросов, связанных с адаптацией механизма ценообразования на угольную продукцию в условиях рыночных отношений.

4. Неквалифицированный менеджмент на государственном уровне, который снижает эффективность использования государственной собственности в угольной промышленности, сдерживает создание правовых основ и организационно-экономических механизмов для взаимовыгодного привлечения бизнеса в развитие угледобывающего производства.

5. Несоответствие цен на горно-шахтное оборудование и угольную продукцию.

6. Необходимость адаптации отрасли к условиям мирового рынка угольной продукции [2].

В целом по отрасли затраты на производство угольной продукции превышают доходы от её реализации. Кроме того, угольная промышленность отличается высокой капиталоемкостью. Для преодоления кризиса в угольной промышленности нельзя рассчитывать только на централизованные государственные средства. Новые подходы должны заключаться в ускоренном инновационном развитии, при соответствующем уровне и нетрадиционных формах инвестиционного обеспечения. Проблема инновационного развития угледобывающих предприятий заключается в том, что для его обеспечения необходимо потреблять всё большее количество ресурсов, однако при этом объёмы доступных ресурсов постоянно уменьшаются. Угольные шахты сначала обрабатывают лучшие запасы и после этого переходят к обработке худших по качеству и условиям залегания, причём для добычи последних шахты нуждаются в привлечении всё большего количества производственных ресурсов и применении лучших технологий. Изменение природной среды и нарушение природного баланса экосистем в

результате ведения горных работ заставляет предприятия тратить всё больше средств на их восстановление и на поддержание своей жизнедеятельности в новых, менее пригодных для функционирования условиях. Всё это приводит к увеличению потребности в нововведениях, одновременно ухудшая инвестиционную привлекательность угольных шахт. Среди причин этой ситуации следует отметить уровень организации производства и полноту использования природных ресурсов как в процессе добычи и обогащения угля, так и в процессах, связанных с поддержкой жизнедеятельности шахты [3]. Для угольной отрасли также важны организационные инновации из-за специфических условий угледобычи и необходимость поддержания высокой квалификации персонала. Для большинства отечественных предприятий угольной промышленности остаются присущими устаревшие структуры и методы управления, недостаточная трудовая мотивация работников, высокие издержки производства, неэффективное использование ресурсов и высокий износ материально-технической базы, особенно активной части основных средств, и низкий уровень инновационной активности. Поскольку перспективные угольные шахты для увеличения объёмов добычи, повышения качества угля и уменьшения производственных затрат нуждаются в инвестициях на модернизацию действующего оборудования, то вопросы об определении восприимчивости шахт к реализации достижений науки и техники являются весьма актуальными. Стоит подчеркнуть, что при привлечении инвестиций большую роль играют инновации. Спектр этих возможностей очень широк. В будущем можно выделить следующие перспективные направления: использование углеводородных газов, которые выделяются и высвобождаются в процессе добычи угля; использование серы, содержащейся в отдельных пластах; переработка отвалов шахтной породы; переработка отходов углеобогащения. Перечисленные возможности не исчерпывают всего потенциала угледобывающих и углеперерабатывающих предприятий, и это только подчёркивает их высокую инвестиционную привлекательность. Оживление инвестиционной активности является одним из главных условий устойчивого, качественного экономического развития предприятий угледобывающей промышленности [4].

Финансирование инвестиций чаще всего осуществляется за счёт собственных средств предприятий (прибыль предприятия, амортизационные отчисления, средства от продажи части основных фондов и др.) и рассматриваются как наиболее надёжный источник. Но финансирование инвестиций из собственных средств предприятий затруднено вследствие их ограниченности. Практика показывает, что инвестиционный потенциал предприятий определяется их возможностью вкладывать средства в различные виды хозяйственной деятельности, финансовые инструменты, в собственные факторы производства с целью обеспечения условий нормального воспроизводства и получения ожидаемой прибыли.

В табл. 1 определены факторы, которые препятствуют инновационному развитию угледобывающих предприятий.

Таблица 1

**Факторы, препятствующие инновационному развитию
угледобывающих предприятий**

<i>Фактор, препятствующий инновационному развитию</i>	<i>Источник происхождения воздействия</i>	<i>Возможная реакция и стратегические меры предупреждения их проявления</i>
несовершенство нормативно–правовой системы	внешний	создание правовой базы для инновационных процессов
медленное формирование рынка инновационной продукции	внешний	формирование научно–инновационной инфраструктуры
неготовность аппарата управления к инновационному развитию	внешний	координация инновационной деятельности
миграция специалистов высокого уровня	внешний	регулирование международных аспектов инновационных процессов
недостаточность финансирования научно–технических исследований	внешний	стимулирование инноваций
недостаточная численность работников, прежде всего	внешний	увеличение госзаказа для вузов

основных горных профессий		
низкий уровень применения современных технологий	внутренний	аккумуляция средств на инновации, привлечение внешних инвестиций
превышение себестоимости над ценой	внутренний	экономия всех видов расходов (управление затратами)
неплатежеспособность угольных шахт	внутренний	рациональное использование бюджетных средств
низкопродуктивное техническое оснащение очистных забоев	внутренний	обновление основных фондов, в том числе с использованием лизинга
низкое качество рядового угля	внутренний	повышение качества добываемой угольной продукции
наличие высокой аварийности	внутренний	соблюдение техники безопасности и санитарных норм
низкая эффективность управления угольным предприятием	внутренний	внедрение системы инновационного менеджмента на предприятиях

Анализ данных факторов позволит разработать стратегические меры предупреждения их проявления. Экономическое и финансовое положение угольных шахт зависит от горно-геологических условий (чем более благоприятные условия залегания пластов, тем меньше затраты на добычу угля и, как следствие, эффективнее хозяйственная деятельность шахты). Однако на большинстве угольных шахт мощность пластов мала, наблюдаются тектонические нарушения, неустойчивость пород. Увеличивается глубина разработки, выросли газонасыщенность, взрывоопасность, ухудшился температурный режим, увеличилась зольность рядового угля, что обусловило снижение теплотворной способности горной массы. Все эти особенности влияют на функционирование угольных шахт, повышают расходы на развитие шахтного фонда (капитальное строительство, внедрение высокопроизводительного оборудования), способствуют закрытию шахт в связи с невыгодностью их эксплуатации и невозможностью поддержания производственной мощности. Срок службы каждой шахты ограничивается имеющимися промышленными запасами угля, а в большинстве случаев – запасами угля на горизонтах, которые разрабатываются. Это связано с тем, что углубление стволов требует значительных капитальных вложений, но шахты не имеют на это средств, а государство не финансирует подобных работ. Если сравнить добычу угля в других странах, то можно сказать, что: в Польше из угля производится 96 % энергии; в ЮАР – 90 %; в Австралии – 84 %; в США – 56 %; в Германии – 51 %; а в Украине – всего 21 %. В работе [5] отмечается, что мировой опыт развития энергетики показывает, что для минимально необходимого уровня безопасности «пределная» доля угля в топливно-энергетическом балансе страны не должна опускаться ниже 28 %.

Необходимо применять новые технологии добычи угля в очистных забоях, прогрессивные схемы разработки угольных пластов, наиболее эффективные схемы подготовки шахтного поля. В современных условиях актуальны ликвидация разбросанности горных работ, сокращение длины выработок. Такие меры позволят снизить производственные расходы и, как следствие, сократить разницу между ценой и себестоимостью угольной продукции. В результате дополнительно полученные средства могут быть направлены на осуществление будущих капитальных вложений. Оборудование не обязательно покупать, его можно взять в лизинг. Создав лизинговый фонд можно получить доступ к оборудованию мирового уровня. Кроме того, мало внимания уделяется вопросам капитального строительства, проведению выработок, подготовке новых горизонтов и новых линий очистных забоев.

Безубыточная работа угольных шахт во многом зависит от состояния технического оснащения. Горношахтное оборудование морально и физически устарело и часто не соответствует требованиям безопасности. Угольная отрасль требует технического переоснащения, внедрения надёжного, высокопроизводительного оборудования. Применение высокоресурсного и безопасного очистного, проходческого и транспортного оборудования современного технического уровня (механизированной крепи, очистных и проходческих

комбайнов, новых скребковых и ленточных конвейеров, автоматизированных систем их управления, надежных систем контроля метана и т. д.) обеспечит интенсификацию производства, рост объемов добычи, позволит выйти перспективным шахтам на рентабельный уровень добычи. Добычу угля связывают с высокой аварийностью, травматизмом, профессиональными заболеваниями. На ликвидацию последствий аварий, восстановление горного производства после взрывов метановоздушной смеси требуются значительные средства. Также немало средств необходимо для предупреждения взрывов и пожаров: проведение работ по проветриванию выработок, их осланцевания, осуществления контроля концентрации метана в рудничной атмосфере, снижение загазованности за счет дегазации угольных месторождений. Эти расходы увеличивают себестоимость угля, что приводит к снижению его конкурентоспособности. Финансовые результаты угольных шахт зависят от качества угля, которое с каждым годом ухудшается. В работе [6] отмечается, что к одной из важнейших и ключевых в экономике горного предприятия относится проблема оптимального управления затратами.

Сложные горно-геологические условия залегания пластов и другие факторы ухудшают финансовое состояние угольных шахт. В условиях отсутствия целесообразной ценовой политики на угольную продукцию, высокой себестоимости добычи угля и наличия значительных сумм задолженностей шахты не могут эффективно работать без достаточной бюджетной поддержки и внешних займов, в то же время необходимо учитывать, что угольная промышленность остаётся гарантом энергетической безопасности. Следует отметить, что почти все стратегические шаги компании или отрасли имеют инновационный характер, потому что они, так или иначе, основываются на нововведениях в производственной, экономической, управленческой, сбытовой или других сферах. Именно инновационные стратегии являются основой современного инновационного менеджмента в условиях постоянных изменений окружающей среды. В угольной промышленности инновации можно определять как качественные изменения, которые могут относиться как к технологиям, так и к формам организации производства и управления. Обострение международной конкуренции предусматривает использование не только собственного потенциала, но и его наращивания. В работе [7] определено, что требуется разработка стратегии становления и развития инвестиционного и финансового обеспечения инноваций, определение приоритетных направлений стимулирования и поддержки инновационных проектов.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Для улучшения работы угольной отрасли в целом и конкретных угольных предприятий необходимо: проводить совершенствование системы стратегического планирования; обеспечение систематического анализа, обобщения и внедрения опыта создания и соблюдения безопасных условий труда на угольных шахтах, предотвращения производственного травматизма и профессиональных заболеваний; обеспечение внедрения комплекса мер по повышению эффективности функционирования шахтно-строительного комплекса, модернизации и технического переоснащения шахтно-строительных предприятий; обеспечение ремонта и наладки или постепенный вывод из эксплуатации и замены производственного оборудования, не соответствующего нормативным требованиям по охране труда и промышленной безопасности; принятие мер по разработке и внедрению новых безопасных технологий отработки газонасыщенных угольных пластов на больших глубинах в сложных горно-геологических условиях; проведение системной работы подготовки, обучения и проверки знаний работниками угледобывающих предприятий норм и правил техники безопасности, охраны труда, соблюдения технологической и производственной дисциплины.

Литература

1. Амоша О. Актуальні проблеми розвитку вугільної промисловості України / О. Амоша, В. Логвиненко // Економіка України. – 2006. – № 12. – С. 4-10.
2. Бардась А. Оцінка інноваційного потенціалу вугільних шахт як систем з ентропійною природою / А. Бардась // Схід. – 2007. – № 6. – С. 20-21.
3. Беда Ф. П. Економіка, організація та планування вугільних підприємств. Навчальний посібник / Ф. П. Беда // Львів : Магнолія, 2006. – 2007. – 345 с.
4. Гончарова Н. П. Инновационность конкурентных факторов экономического развития / Н. П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 3. – С. 43-51.

5. Драчук Ю. З. Финансовое обеспечение инновационной реструктуризации угольного производства / Ю. З. Драчук, Н. И. Новикова // Економіка промисловості. – 2006. – № 2. – С. 98-104.

6. Амоша О. І. Стійкість розвитку й управління витратами вугледобувних підприємств / О. І. Амоша, В. І. Саллі, О. В. Трифонова // Економіка промисловості. – 2009. – № 4. – С. 121-125.

7. Иванова В. В. Дослідження теорії поняття інновації / В. В. Иванова // Економіка промисловості. – 2009. – № 4. – С. 80-86.

УДК 659.127

ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ. СКРЫТАЯ РЕКЛАМА В ТВОРЧЕСТВЕ

Овчаренко И. О.,

студентка кафедры маркетинга и логистики,

Лунина В. Ю.,

преподаватель кафедры маркетинга и логистики,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

Статья посвящена рассмотрению технологии продакт плейсмент и её места в творчестве. На конкретных примерах показано использование данной технологии, а также виды применения этого метода в творчестве. Проанализировано развитие продакт плейсмент на современном этапе.

Ключевые слова: *продакт плейсмент, реклама, технология, стратегия, бренд, товар, рынок, фильм.*

The article devoted to consideration technology of product placement and its place in the work. It is shown on concrete examples the use of technology product placement, as well as uses of this method in creativity. It analyzes the development of product placement at the current stage.

Keywords: *product placement, advertising, technology, strategy, brand, product, market, movie.*

Постановка проблемы. В современных условиях глобализации экономики, в условиях диверсификации производства и глобальной конкуренции на рынках появляется потребность в наиболее эффективных способах продвижения товаров и услуг. На сегодняшний день даже самая разнообразная реклама стала привычной для потребителей и уже не имеет ту степень влияния, которую она имела изначально. В этих условиях реклама становится всё более маневренной и гибкой, основываясь на неявных технологиях. Среди средств неявной рекламы широкое распространение получила *продакт плейсмент* – эффективная технология продвижения товаров и услуг.

Анализ последних исследований и публикаций. Данную тему в последние годы изучают многие специалисты. Среди известных авторов такие: Березкина О. [1], Фуколова Ю., Мэри-Лу Галисиан. Несмотря на достаточно большое количество работ, освещающих данную тему, практическая сторона применения технологии *продакт плейсмент* является недостаточно изученной.

Актуальность. Актуальность темы состоит в том, что в настоящее время технология *продакт плейсмент* уже более полувека успешно функционирует на западном и европейском рекламных рынках и занимает лидирующие позиции среди средств продвижения товара. Ещё в 2000-х годах *продакт плейсмент* был распространён в основном только в спортивных программах и на реалити-шоу, а к началу 2010-х плотно вошёл практически во весь видеоконтент. Это подтверждает актуальность данной темы, которая, в свою очередь, имеет перспективы дальнейшего развития.

Целью статьи является выявление положительных и отрицательных сторон использования скрытой рекламы в творчестве.

Изложение основного материала исследования. Сегодня сложно представить себе какой-либо крупнобюджетный фильм или телевизионную программу без скрытой рекламы, а, иначе

говоря, продакт плейсмент. Специалисты утверждают, что именно за этим ресурсом – будущее рекламы. Уже сейчас распространение продакт плейсмент выросло на 25 %. Это связано с тем, что привычный нам рекламный ролик можно убрать, переключив канал. Но продакт плейсмент ненавязчиво вплетается в сценарий фильма, текст книги, становясь их неотъемлемой частью. Пока зритель с интересом наблюдает за приключениями, скажем, Джеймса Бонда или Лары Крофт, ему ненавязчиво рекламируют десятки различных товаров – от зубных щёток до роскошных автомобилей.

Продакт плейсмент (*product placement, or embedded marketing*) с английского языка переводится как размещение продукции или встроенный маркетинг. Он представляет собой любую форму аудиовизуальных коммерческих сообщений, включающих в себя любое упоминание продукта, услуги, торговой марки или ссылки на них таким образом, что они отображаются в книгах, передачах, кинокартинах, мультфильмах, музыкальных клипах, компьютерных играх, на иллюстрациях и картинах. Конечно же, продакт плейсмент – это не абсолютно новая стратегия. Начало продакт плейсмент можно отнести к годам создания самых первых фильмов. В США компания *DeBeers* продвигала бриллианты в популярных романтических фильмах, в России великий режиссер Эйзенштейн продвигал политическую идеологию через легендарный «Броненосец Потёмкин». Можно отметить, что только к началу 1980-х гг. он развился в полноценную, самостоятельную индустрию. Уже к концу 1980-х гг. все крупнейшие мировые киностудии организовали отделы, специализирующиеся исключительно на продакт плейсмент, а размещение товаров в художественных фильмах получило повсеместное признание как жизнеспособное и весьма эффективное средство продвижения. Внимание корпоративных маркетологов и средств массовой информации к продакт плейсмент постоянно растёт. Около 50 лет потребовалось для того, чтобы этот инструмент маркетинговых коммуникаций смог эволюционировать из неформальной структуры в профессиональную индустрию [1, с. 17-19].

По статистике последних лет, по меньшей мере, четверть игрового времени любого голливудского фильма в рейтинге самых кассовых проектов отводилась для рекламы фирменной продукции. Беспрецедентный рост количества позиционируемых на экране торговых марок в дополнение к трём абсолютным лидерам – автомобилям, пиву и безалкогольным напиткам может означать наличие повышенного интереса со стороны менеджеров брэнд-маркетинга к включению продакт плейсмент в свой рекламный пакет. Продакт плейсмент возник случайно, но так, кстати, как альтернатива прямой рекламе, которую потребитель стал недолюбливать уже давно из-за её агрессивности и напористости. Каждый знает по себе, как реклама преследует нас. Куда ни глянешь, она повсюду – в троллейбусах, на автотранспорте, на дорогах и телеэкране, в газетах, журналах, в Интернете. И даже на улицах реклама подстерегает нас: по проспектам разгуливают люди – «бутерброды», «одетые» в рекламные сообщения, просто промоутеры, так и норовящие сунуть какие-нибудь глянцево-бумажки, от которых рябит в глазах. Реклама и информация преследуют нас, заставляя говорить об информационном терроре. И хотя продакт плейсмент – это тоже реклама, однако она имеет несколько иной вид – более приятный, действующий исподволь, неагрессивно, мягко. Изначально сфера применения продакт плейсмент ограничивалась исключительно кинофильмами и телесериалами. Сегодня в каналах скрытой рекламы недостатка нет. Однако эффект продакт плейсмент, в первую очередь, зависит от правильного выбора инструмента.

Сегодня выделяют три основных вида продакт плейсмент: визуальный, вербальный и динамический. Рассмотрим каждый из них более подробно. Визуальный продакт плейсмент характеризуется появлением брэнда на экране. Так называемый экранный плейсмент имеет определённый уровень, зависящий от частоты появления атрибутов брэнда на экране. Примеры визуального продакт плейсмент: грузовик FedEx, увозящий героиню Джулии Робертс в фильме «Сбежавшая невеста» от её жениха, роль которого исполняет Ричард Гир. В «Ночном дозоре» излишне часто и долго держали в кадре рекламные щиты с логотипами «МТС» и Nescafe. В «Грязных танцах» – логотип Miller. Вербальный (устный) продакт плейсмент – упоминание актером названия товара или услуги в монологе или диалоге. Хорошим примером служит реплика Форреста Гампа в одноимённом фильме после посещения Белого дома: «Самым лучшим во время встречи с президентом было то, что можно было пить Dr. Pepper столько, сколько хочется!» В фильме «Афера Томаса Крауна» главный герой, которого играет Пирс Броснан, заказывает на обед своему секретарю мисо-суп, поддерживая тем самым моду на японскую еду. Тем не менее, рекламодателям наиболее предпочтительным кажется третий тип

продакт плейсмент – продакт плейсмент через непосредственное использование актёром в кадре продвигаемого продукта. Этот тип продакт плейсмент считается наиболее эффективным и поэтому предпочтительным у заказчиков, т. к. включает в себя визуальный и разговорный элементы, обыгрывая присутствие продукта в кадре: актёр что-то ест, пьёт, пробует, курит, на чём-то едет, что-то берёт, включает, куда-то заходит и т. п. [2, с. 122].

Сегодня бизнес работает с технологиями, приносящими прибыль достаточно эффективно. Поэтому даже такая, казалось бы, новая маркетинговая технология, как продакт плейсмент, не стоит на месте в своём развитии. Так, в последнее время продакт плейсмент встречается не только в форме упоминания или использования товара, но очень часто становится основой сюжета художественного произведения. Примеры подобной практики – многочисленные реалити-шоу, в которых герои получают задания, исходя из интересов рекламодателя, спонсирующего программу. Они пьют, едят, используют косметику и инвентарь фирм, восхищаясь качеством этих вещей. Так, например, целый выпуск телепрограммы «Дом-2» может быть посвящён строительству новой столовой на открытом воздухе при помощи шуруповёрта (портативной дрели) марки Wolt. Подобная опция продакт плейсмент – «сюжет» – возможна и в литературном продакт плейсменте, как например, в произведении «Филе из золотого петушка». Фильм «Изгой», например, полностью построен вокруг работы почтовой службы Federal Express. Если задачи бизнеса и бренда глобальные, то и решение их принимает размах «Изгоя». Технология так называемых видеовключений – одна из самых последних виртуальных технологий продакт плейсмент. Используя многочисленные возможности цифрового видеомонтажа, создатели фильмов прибегают к замене одного продукта продакт плейсмент на другой – в зависимости от страновой специфики. Именно так поступили создатели фильма «Разрушитель», зная о том, что популярная в США сеть закусочных Taco Bell в Европе неизвестна. Для европейского проката этого фильма бренд Taco Bell способом компьютерного монтажа заменили на Pizza Hut. К числу инновационных способов расширения традиционного продакт плейсмент относится практика интеграции рекламных роликов в сериалы или фильмы. По исследованиям компании Nielsen, соединение продакт плейсмент и рекламного ролика в одной телепрограмме способно повысить узнаваемость бренда до 58 % [3, с. 78]. Согласно анализу мирового рынка продакт плейсмент компаний Broadcasting and Cable за 2013 г. можем представить такую статистику:

1. Ежегодно американские компании тратят 50 млн долларов на продакт плейсмент.
2. Компания Seagram's за эпизод в фильме «Основной инстинкт» с использованием виски Jack Daniel's заплатила 1.2 млн долларов.
3. Компания America Online за размещение рекламы в фильме «Неспящие в Сиэтле» с Томом Хенксом и Мег Райан заплатила 6 млн долларов.
4. Все крупнейшие компании на Западе прибегают к возможностям продакт плейсмент. К примеру, компания AT and T делает ежегодно порядка 500 размещений в кино, компания Ford – около 350, Mercedes – около 650, а компания «Apple» продакт плейсмент рассматривает как одно из основных направлений рекламной деятельности.
5. Количество возможных размещений в одном фильме «Завтра не умрёт никогда» BMW, Ericsson, Martini, Smirnoff, Omega, Visa, Catterpillar, Fujitsu, Avis, Heineken.
6. «Остин Пауэрс: шпион, который меня соблазнил» – Philips, America Online, Coca-cola, Heineken, Volkswagen, Ford, Chili's, Eggo Waffles, Hot Pockets, Starbucks, Frosted Flakes, Virgin, Jerry Springer, Bob's Big Boy.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проанализировав технологию продакт плейсмент, мы можем выделить главные преимущества. *Во-первых*, при использовании такой технологии почти всегда есть гарантия того, что в фильме будет отсутствовать конкурирующая торговая марка. Таким образом, в сознании потребителя формируется положительный образ торговой марки, увеличивается его запоминаемость и, как следствие, увеличиваются продажи данного продукта. *Во-вторых*, стоимость размещения, по сравнению с другими видами рекламы, довольно невысокая. В отличие от прямой рекламы, такая технология гораздо менее навязчива, с точки зрения воздействия на потребителя, не вызывает негативного эффекта. Безусловным преимуществом технологии можно считать и долговечность жизненного цикла художественного произведения: телевизионный ролик отслужит один сезон, а качественный фильм – долгие годы, кроме того, не стоит забывать об их наличии в Интернете и на DVD. Проведя анализ преимуществ технологии, можно сделать вывод, что продакт плейсмент – технология, практически не имеющая недостатков. Однако при всех положительных сторонах продакт плейсмент имеет существенный минус. Это его социальное значение. Эффективность

этой технологии неоспорима, но в погоне за высокой прибылью фирмы – заказчики не задаются вопросом: «А будет ли правильно, если эти сигареты, или этот алкоголь у нас будут покупать только из-за того, что их любит главный «крутой» герой фильма?» А социальный эффект достаточно заметен. В настоящее время, когда видеоконтент проникает во все сферы нашей жизни, а половину времени некоторых людей занимает просмотр фильмов, легко эксплуатировать эмоции потребителей через художественные фильмы и литературу. Поддающийся влиянию человек, впечатленный тем, что после покупки товара он станет похож на главного героя, не всегда будет задумываться о вреде этой покупки. При этом, не понимая, что он стал только ещё одной ступенькой на пути к богатству и получению огромных прибылей фирмы. Применять продакт плейсмент нужно грамотно, т. к. при неправильном использовании могут возникнуть проблемы, которые негативно скажутся на его эффективности.

Литература

1. Березкина О.А. Product Placement. Технологии скрытой рекламы: учебник / О.А. Березкина. – СПб.: Питер, 2009. – с. 19
2. Викентьев И.Г. Приемы рекламы: Методика для рекламодателей и рекламистов: учебник. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2003. – 122 с.
3. Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У., Энджел Д.Ф. Поведение потребителей: учебник. – СПб.: Питер, 2010. – 78 с.

УДК 331.101.3

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Шуплецова А. В.,

студентка кафедры управления персоналом и экономики труда,

Киселёва А. А.,

*к. э. н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье раскрыты понятие и сущность мотивации, её основные виды. Изучены факторы, определяющие эффективность и производительность труда в условиях кризиса. Предложена система нематериальных методов мотивации персонала в период кризиса.

Ключевые слова: *мотивация, материальная мотивация, трудовая мотивация, статусная мотивация, персонал.*

In the article are disclosed the concept and essence of motivation, its basic types. Factors determining the efficiency and productivity in times of crisis are studied. The system of intangible methods of motivation of staff in times of crisis are proposed.

Keywords: *motivation, material motivation, work motivation, status motivating staff.*

Постановка проблемы в общем виде. Постоянная высокая производительность работников – мечта любого работодателя. Однако если же руководитель придерживается позиции «сотруднику достаточно заработной платы», то ответом работников в данном случае будет – «работу я выполняю, а какая разница, на каком уровне». Грамотный руководитель будет стараться совершенствовать систему мотивации персонала в соответствии с их проблемами, запросами и интересами. На сегодняшний день ДНР переживает период экономического кризиса, при котором экономическая ситуация изменилась и неизбежно оказала воздействие на сознание людей. Под влиянием создавшихся условий, происходят существенные изменения в мотивационной структуре, люди не уверены в своём будущем, постоянно сталкиваются с негативной информацией, в результате чего испытывают стресс и становятся менее продуктивными. В связи с этим мотивационные аспекты приобретают особенную актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. Различные аспекты мотивации персонала подробно рассматриваются в работах О. С. Виханского, А. Я. Кибанова, Д. А. Аширова, А. В.

Филиппова, И. А. Баткаева, М. В. Грачева, А. П. Егоршина. Однако механизм стратегического управления персоналом в условиях экономических изменений только формируется.

Актуальность. На сегодняшний день отсутствует должное внимание к проблемам мотивации персонала на предприятии в кризисных условиях.

Целью исследования является анализ сущности и методов мотивации персонала, а также возможность совершенствования процессов мотивации работников в условиях экономического кризиса.

Изложение основного материала исследования. Существует множество определений мотивации, раскрывающих её сущность с различных сторон.

Мотивация в общем понимании – это совокупность движущих сил, побуждающих человека к выполнению определённых действий [1]; в зависимости от поведения человека – это процесс сознательного выбора им того или иного типа действий, определяемых комплексным воздействием внешних и внутренних факторов (соответственно стимулов и мотивов); в управлении – это функция руководства, которая состоит в формировании у работников стимулов к труду (побудить их работать с полной отдачей), а также в долговременном воздействии на работника в целях изменения по заданным параметрам структуры его ценностных ориентаций и интересов, формирования соответствующего мотивационного ядра и развития на этой основе трудового потенциала [2]. Сущность мотивации персонала заключается в том, чтобы обеспечить эффективное использование трудового потенциала работников для достижения целей организации, ориентируясь непосредственно на систему их потребностей. На практике распространены следующие основные виды мотивации [3]:

– *материальная мотивация* – стремление к достатку, более высокому уровню жизни – зависит от уровня личного дохода, его структуры, дифференциации доходов в организации и обществе, действенности системы материальных стимулов, применяемых в организации;

– *трудовая мотивация* порождается непосредственно работой, её содержанием, условиями, организацией трудового процесса, режимом труда;

– *статусная мотивация* является внутренней движущей силой поведения человека, связанного с его стремлением занять более высокую должность, выполнять более сложную и ответственную работу, работать в престижных, социально значимых сферах организации, стремление к лидерству в коллективе, более высокому неофициальному статусу, а также стремление стать признанным специалистом, пользоваться авторитетом.

Трудовая и статусная мотивации составляют систему нематериальной мотивации. Эффективность работы персонала и производительность его труда определяются совокупностью многих факторов: желанием работать, лояльностью по отношению к предприятию, профессиональными навыками. Желание сотрудников работать в основном определяется привлекательностью предприятия, его стабильностью, интересом к задачам и должностным обязанностям, возможностями, предоставляемыми предприятием, уровнем заработной платы, социальным пакетом, отношением руководства к подчиненным, признанием заслуг со стороны этого руководства и компании в целом. Именно персонал в условиях кризиса страдает в первую очередь – положение сотрудника становится менее стабильным, снижаются заработные платы, на него возлагаются дополнительные обязанности или ликвидируются социальные пакеты. Всё это влияет на эффективность и производительность персонала предприятия. Кризисная ситуация грозит предприятию не только финансовыми проблемами, но и потерей квалифицированных кадров, без которых становится невозможным преодоление кризиса. Поэтому одной из задач на этапе кризиса является удержание ключевых сотрудников [4]. Разработка системы стимулирования в условиях экономических изменений – один из наиболее важных резервов эффективности управления предприятием. Причём материальные факторы далеко не всегда выходят на передний план, и плата не может служить единственной формой вознаграждения за труд [5]. Особенно в кризисных условиях в связи с финансовыми проблемами предприятий всех форм собственности отсутствует возможность материального стимулирования (премий, бонусов, предоставление служебного транспортного средства и т. п.). Рассуждения о том, что сотрудников ничем нельзя заинтересовать, кроме денег, и в случае снижения заработной платы вы потеряете всех высококвалифицированных специалистов, ошибочны. Хорошо мотивированный нематериальными методами персонал не только лучше работает, требуя меньший фонд денежных средств, но и спокойнее переносит перебои с выдачей заработной платы. В случае, если после сокращения издержек в организации и экономии на зарплатах, страховках, доставках и т. д. и перераспределении приоритетов в мерах материальной и нематериальной мотивации, у работодателя останется немного денежных

средств, необходимо обязательно вложить их в мотивацию персонала, которая в дальнейшем принесёт намного более выгодный эффект в сравнении с первоначальными затратами. Наиболее логичным станет использование денежных средств на обучение персонала с целью повышения их профессиональных навыков или улучшение условий труда – приобретение необходимого оборудования, ремонт помещений и т. д. В качестве эффективных нематериальных методов мотивации в период кризиса можно предложить следующее.

1. Постоянное информирование сотрудников о деятельности предприятия за определённые периоды. Открытая информация о планах преодоления кризиса необходима потому, что из-за отсутствия достоверной информации персонал вовлекается в обсуждение слухов и различных интерпретаций происходящего, что дестабилизирует работу.

2. Предоставление гибкого графика с возможностью работы на дому. С учётом специфики определённой работы и отсутствия привязанности к офису за хорошие результаты некоторых сотрудников стоит поощрять удалённой работой. К тому же такая форма работы экономит коммунальные расходы самого предприятия и затраты на проезд на место работы сотрудника.

3. Необходимо устранить задержки по заработной плате, начислению отпускных и т. д. Действительно, в кризисной ситуации это достаточно сложно сделать, но, если в компании и так произошло сокращение и уменьшение зарплаты, регулярные задержки негативно отразятся на социально-психологическом климате и трудоспособности персонала.

4. Лучший способ мотивировать персонал на более эффективную и ответственную работу в кризисной ситуации – самому руководителю работать более эффективно и ответственно, принять на себя и осознать ответственность за судьбы своих подчинённых [4]. Активность и энергичность руководителя, создание и поддержание боевого духа команды в кризисной ситуации являются важнейшими условиями для осуществления успешного антикризисного управления.

5. Улучшение социально-психологического климата внутри трудового коллектива. Руководству компании не стоит полностью отказываться от корпоративных мероприятий, т.к. само понимание значения слова «праздник» вызывает теплые и радостные эмоции, просто необходимо сделать их менее затратными. Наличие в трудовом коллективе сотрудников, склонных к конфликтам, сплетням, постоянным скандалам может повысить количество трудовых конфликтов и ухудшить климат коллектива. Поэтому таких сотрудников не стоит ставить на должность, которая предполагает работу в команде или руководство.

6. Признание ценности труда сотрудника. Публичное признание заслуг и похвала повышают заинтересованность работника, т.к. позволяет ему чувствовать свою ценность для организации.

7. Не забывать, что ваши сотрудники – партнёры. Рекомендуется привлекать подчинённых к составлению планов организации на ближайшее будущее, решению задач и проблем, что не только сплотит коллектив, но и будет способствовать качеству принимаемых решений.

8. Ввод в штат сотрудников психолога и периодическое (раз в три месяца) проведение семинаров, анкетирования, организация индивидуальных бесед с работниками предприятия (по необходимости). Данное мероприятие позволит каждому нуждающемуся в помощи сотруднику поделиться своими переживаниями и страхами, выявить собственные силы и возможности для борьбы с негативными социально-экономическими факторами сложившейся кризисной ситуации.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Качественно разработанная и грамотно используемая на практике система мотивации будет являться действенным инструментом антикризисного управления персоналом. Использование мероприятий нематериальной мотивации позволит организации повысить уровень производительности труда с возможностью минимального использования денежных средств. Эффективный труд сотрудников со временем поможет компании наладить дела и выйти из кризисной ситуации.

Литература

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М., 1995. – 416 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник. / Под ред. А. Я. Кибанова. – М., 1997. – 512 с.

3. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций. В.П. Сладкевич. – К.: МАУП, 2001. – 168 с.: ил. – Библиогр.: с. 160 – 163
4. Коротков Э.М. Антикризисное управление: Учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 406 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс
5. Баринов В.А. Антикризисное управление: Учебное пособие / В.А. Баринов. – 2-е изд., перераб. и доп. (ГРИФ). – М., ФБК–ПРЕСС. – 2005. – 488 с.

УДК 504

ИНДИКАТОРЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ЛОКАЛЬНЫХ СИСТЕМ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОДСИСТЕМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

*Рыбак О. Е.,
студентка кафедры экономики предприятия,
Лошинская Е. Н.,
к.гос.упр., доцент кафедры экономики предприятия,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В работе проанализированы индикаторы экологической сбалансированности и предложена система учета

Ключевые слова: *индикаторы, устойчивое развитие, экологическая устойчивость.
This paper analyzes the indicators of ecological balance and the system of accounting
Keywords: indicators, sustainable development, environmental sustainability.*

Постановка проблемы. В настоящее время проблема обеспечения устойчивого развития на уровне предприятия является недостаточно разработанной. Однако многими учёными одним из основных направлений совершенствования механизма обеспечения устойчивого развития предприятия считается разработка и внедрение стратегического эколого-экономического управления развитием предприятия (эколого-экономической стратегии устойчивого развития) и совершенствования существующих подходов к информационному обеспечению устойчивого развития. Экономическое измерение устойчивого развития является составной и одной из парадигм современного развития общества [1]. Продукция предприятий данной отрасли играет решающую роль в реализации достижений научно-технического прогресса во всех областях хозяйства. При определении эффективности деятельности интегрированной структуры необходимо учитывать многочисленные показатели и факторы, влияющие на предприятие и его окружение [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы устойчивого развития мировой системы нашли отражение в трудах Х. Босселя [3], В. И. Данилова-Данильяна [4]. Устойчивость национальных социально-экономических систем рассмотрена в трудах А. Д. Урсула [5].

Актуальность. Необходимость успешного решения теоретических и практических вопросов разработки инструментария для оценки и прогнозирования устойчивого развития региона, акцентирование на экологической составляющей этого процесса с целью формирования эффективных хозяйственных и управленческих решений, необходимых для реализации концепции устойчивого развития [6].

Цель статьи. Проанализировать хозяйственную деятельность предприятия, выявить направления и пути совершенствования системы устойчивого развития в целях повышения эффективности работы предприятия.

Изложение основного материала исследования. ПАО «Донецкий экспериментально-ремонтно механический завод» является единственным производителем и поставщиком в Украине жёсткого коробчатого армирования (расстрелы, проводники) для шахтных стволов, передвижного проходческого оборудования (компрессорные станции, котельные установки и др.). Поставляет продукцию в страны СНГ, Индию, Иран, Испанию и др. ПАО «ДонЭРМ» является убыточным предприятием (чистый убыток составляет 1822 тыс. грн), но в предыдущие годы предприятие было прибыльным. Затраты на 1 грн. товарной продукции

увеличились примерно на 3 %, себестоимость продукции также увеличилась на 12,6 %, а чистый доход увеличился только на 2,5 %. Показатель рентабельности имеет отрицательное значение [7]. Объём промышленной и реализованной продукции, услуг увеличился на 9 %, но это не покрыло общих затрат предприятия. Объёмы производства и реализации основных видов продукции представлены на рис.1.

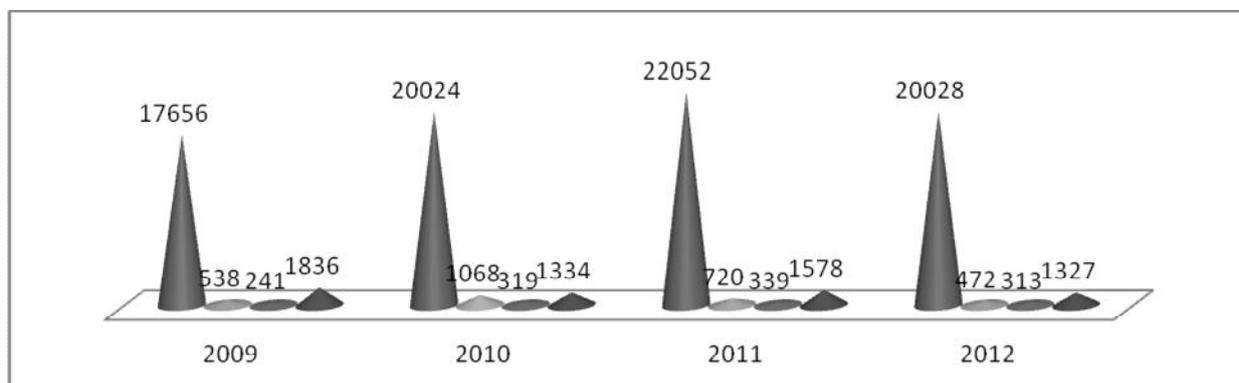


Рис. 1. Объёмы промышленной продукции за 2009-12 гг. (тонн).

Промышленная продукция составляет из 4 наименований. Объём металлокрепи с 2009 году увеличился на 2373 тона (13,4 %), объём металлоконструкций уменьшился на 66 тонн (12,3 %), объём сталелитейной продукции увеличился на 72 тона (29,9 %), объём производства проволоки уменьшился на 509 тонн (27,7 %).

Предприятие за данные годы только увеличило объём металлокрепи и стального литья, и уменьшило объёмы производства металлоконструкций и провода – на эти виды продукции уменьшился спрос в металлургических предприятий. На ценовую политику влияет экономическая и политическая политика государства в целом. В отчётном периоде расходы предприятия возросли в связи с подорожанием сырья и материалов, энергоносителей, ростом минимальной заработной платы и общего индекса инфляции. Цена на электроэнергию выросла в 2012 году по сравнению с 2011г. на 24,4 %. Предприятие потратило на 1187,2 тыс. грн больше, чем в 2011 г. Цена на газ в 2012 г. выросла на 28 %, предприятие потратило на 687 тыс. грн больше, чем в 2011г. По сравнению с 2011 г. средняя стоимость покупных материалов и сырья выросла на 17 % [8]. С помощью расчёта эколого-экономических показателей развития предприятия установлено, что улучшение экономических показателей его функционирования связано с увеличением выпуска продукции и услуг, что приводит к росту негативного воздействия на окружающую среду. Снижение объёмов выпуска продукции влечёт за собой и снижение загрязнения, однако темпы падения производства опережают темпы снижения нагрузки на окружающую природную среду. В то же время ухудшение экологических показателей негативно сказывается и на экономических показателях развития предприятий, увеличивая общую сумму расходов, уменьшая прибыль. Это позволяет констатировать, что фактически взаимодействие подсистем ПАО «ДонЭРМ» не обеспечивает предпосылок для его устойчивого развития. Существующая система информационного обеспечения деятельности ДонЭРМ не отвечает задачам обеспечения устойчивого развития предприятия. Основным недостатком является не учёт и отсутствие целостного подхода в учёте и анализе функционирования производственной, технико-технологической, финансовой и экологической подсистем. Исходя из этого, целесообразно предложить создание информационной системы учёта на предприятии. В результате внедрения предложенных мероприятий изменится направление потоков учётной информации, что позволит получать релевантную информацию о состоянии подсистем ПАО «ДонЭРМ». Внедрение системы учёта приведёт к более рациональному использованию средств предприятий, даст возможность планировать, нормировать, контролировать и анализировать эколого-экономические процессы; создаст условия для «создания равенства в правах» основной хозяйственной и природоохранной деятельности при их оценке; облегчит определение экономической эффективности эколого-экономических процессов. Методический инструментальный учёт и система индикаторов сбалансированности локальных систем (табл. 1) для оценки подсистем устойчивого развития. При этом под локальными системами понимаются основные подразделения ПАО «ДонЭРМ».

Таблица 1

Индикаторы экологической сбалансированности локальных систем

Наименование Индикатора	Формула для расчета индикатора	Требования к индикатору
1. Индикаторы устойчивого использования природно-ресурсного потенциала		
1.1 Индикатор восстановления природного ресурса (для воспроизводимых природных ресурсов)	$K_{вос} = \frac{B_{пот}}{(B_{об} + B_{и})}$ <p>где $B_{пот}$ – объём потребления данного вида природного ресурса территории; $B_{об}$ и $B_{и}$ – соответственно объём обновления ресурса естественным и искусственным путями</p>	≤ 1
1.2 Индикатор изменения запасов природного ресурса (для воспроизводимых)	$K_{зап} = \frac{z_{пр}^к}{z_{пр}^н}$ <p>где $z_{пр}^к$, $z_{пр}^н$ – учтены запасы природного ресурса на конец и на начало периода</p>	≥ 1
1.3 Индикатор естественного воспроизводства ресурсов (для воспроизводимых)	$K_{вос} = \frac{B_{вос}}{B_{вос.шт}}$	> 1
1.4 Индикатор обеспеченности потребностей за счёт собственных природных ресурсов территории	$K_{заб} = \frac{B_{вик.с}}{B_{вик.об}}$ <p>где $B_{вик.с}$ и $B_{вик.об}$ – соответственно объём потребления собственного природного ресурса и общий объём</p>	< 1
1.5. Индикатор эффективности использования природного ресурса	$K_{эф} = \frac{T_{злв}}{T_{пр}}$ <p>где $T_{злв}$, $T_{пр}$ – соответственно темпы роста вновь добавленной стоимости в отраслях, где используются собственные природные ресурсы и темпы их использования</p>	> 1
1.6. Индикатор замещения природного ресурса	$K_{зам} = \frac{T_{в}}{T_{н.в}}$ <p>где $T_{в}$, $T_{н.в}$ – темпы использование не воспроизводимых природных ресурсов и темпы замены их на воспроизводимые</p>	> 1

2. Индикаторы сбалансированного использования ассимиляционного потенциала		
2.1 Индикатор ассимиляции отходов	$K_{ac} = \frac{M_{над}}{M_{ac}},$ где $M_{над}$ – масса отходов, поступивших в окружающую среду; M_{ac} – масса отходов, ассимилированы в среде	=1
2.2 Индикатор скорости ассимиляции отходов	$K_{ш.ас} = \frac{T_в}{T_{конц}},$ где $T_в$ – темпы изменения количества отходов, поступивших в окружающую среду; $T_{конц}$ – темпы изменения концентрации вредных веществ в окружающей среде	>1
2.3 Индикатор экологической безопасности	$K_{без} = \sum_{i=1}^n \frac{C_i}{ГДК_i},$ где C_i – концентрация ее вещества в окружающей среде; $ГДК_i$ – предельно допустимая концентрация его вещества	1

В данном случае под экономическим эффектом использования информации при разработке и внедрении мероприятий по обеспечению экологически устойчивого развития понимают суммарную экономию или предотвратить потери материальных, трудовых и финансовых ресурсов в субъектах хозяйственной деятельности. Экономический эффект от использования информации проявляется в приросте или предотвращении потерь чистой продукции, дополнительной прибыли; экономии затрат на осуществление услуг в непроизводственной сфере; увеличении доходов и уменьшении расходов. При определении целесообразности включения задач управления для различных звеньев ПАО «ДонЭРМ» необходимо обязательно предусмотреть интервальные оценки времени принятия решений, поскольку время принятия решений будет неодинаков для разных звеньев управления. Предоставленная система мониторинга на базе информационного обеспечения учёта заключается в том, что мониторинг поддержки и принятия управленческих решений, организованный в соответствии с обоснованной в работе методологии:

- повышает качество принятия управленческих решений;
- увеличивает надёжность функционирования вычислительных ресурсов;
- сокращает сроки создания и освоения современных информационных технологий;
- увеличивает объёмы информационных потоков, которые обрабатываются;
- повышает производительность труда разработчиков и пользователей при применении новых современных информационных технологий.

Все эти факторы являются неотъемлемыми элементами подсистемы принятия решений при реализации стратегии устойчивого развития ПАО «ДонЭРМ».

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Информационное обеспечение экологическим учётом в целях эколого-экономического управления устойчивым развитием предприятия целесообразно осуществлять на основе создания интеллектуального интерфейса, который позволяет отменить бумажные носители информации, перейти к использованию естественного языка в диалоге с персональным компьютером и удовлетворить пользователя главным требованием – скоростью оперирования информационной базой.

Литература

1. Смачило І. І. Методи управління сталим розвитком [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://repository.hneu.edu.ua/.../Смачило%20І.%20І...>

2. Парамонова Л. Сбалансированная система показателей в управлении сервисными организациями / Л. Парамонова, Э. Низамова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №1. – С. 98 – 105
3. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1403>
4. Кризис мировой цивилизации на весах научного подхода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tvinteltech.narod.ru/dan dan.html>
5. Устойчивое развитие и безопасность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ua/?url=ya-serp...>
6. Эколого-экономическая оценка состояния региона в контексте экологически устойчивого развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ua/?url=yaserp%3A%2F%2Fessuir.sumdu.edu.ua%2Fretrieve%2F32955%2F262d.pdf&lang=ru&c=55685518db26&page=5>
7. Лошинська О. М. Аналіз використання наявних ресурсів підприємства / Науково-практичний журнал: Регіональна економіка та управління. 2 (02) травень 2014. – Донецьк: ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління», 2014. – Ч.2 – С.11 – 16
8. Місник О. В. Проблеми раціонального використання наявних ресурсів підприємства Менеджмент ХХІ століття: нові виклики, практика, інновації: у 2-х томах. Т.1: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. 16 травня 2014 року ДонДУУ. – Донецьк: «Цифрова типографія», 2014. – С.250 – 251

УДК:339.137.2

НЕОБХОДИМОСТЬ МАРКЕТИНГА И ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

Веселовский Д. А.,

студент кафедры маркетинга и логистики,

Агаркова Н. В.,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и логистики,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье рассматривается необходимость анализа конкурентного преимущества фирмы, её продукции и на этой основе формирования устойчивой динамики информирования своих потенциальных покупателей, а также учитываются перспективы исследований в данном направлении.

Ключевые слова: *маркетинг, анализ конкуренции, жизненный цикл продукции, сбыт, первичная информация, вторичная информация, методики исследования конкурентного положения.*

The article discusses the need for an analysis of the competitive advantages of the company, its products, and on this basis the formation of a stable dynamics of informing their potential customers, as well as takes into account the prospects of research in this area.

Keywords: *marketing, competitive analysis, product life cycle, marketing, primary information, secondary information, research methodology competitive position.*

Постановка проблемы в общем виде. Некорректная оценка необходимости маркетинговых исследований конкурентного положения на рынке, и вследствие этого – выбор неэффективного конкурентного преимущества, что влечёт за собой убытки.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика данной статьи рассматривается в трудах: Дихтиль Е. Хершген Х. «Практический маркетинг», Лифиц И. М. «Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг».

Актуальность. В процессе перехода к рынку наши отечественные предприятия столкнулись с большим рядом проблем выживания. Полный доступ к внешней среде принёс не только массу новых возможностей, но и огромное количество новых проблем эффективного функционирования предприятия на рынке. В большинстве случаев только что сформированный отдел маркетинга превращался в отдел сбыта. Руководство не до конца осознавало сущность маркетинга и не привязывало зарплату специалистов отдела маркетинга к объёмам продаж.

Целью этой работы является обоснование необходимости анализа конкуренции в отрасли, где функционирует предприятие, и поиска эффективного конкурентного преимущества его продукции.

Изложение основного материала исследования. Все эти факторы влияют на то, что у маркетологов просто нет времени для постоянного и всестороннего анализа рынка. Ход мыслей начальства в данном случае понятен – необходимо сбыть продукцию и получить прибыль сейчас и по максимуму, а не затрачивать время, средства и силы специалистов для того, чтобы те проводили исследования, зачастую не приносящих быстрой и стопроцентной отдачи. Таким образом, создавая отдел маркетинга, предприятие надеется получить дополнительных потребителей и обеспечить сбыт своей продукции. При этом, ориентируясь исключительно на сбыт, предприятие не способно полностью контролировать ситуацию. Чаще всего у руководства бытует заблуждение – «мы знаем своих конкурентов, нам не нужно отслеживать ситуацию в отрасли постоянно...» [1]. Это заблуждение приводит к тому, что предприятие застывает на определённом этапе развития. Из-за того, что конкурентное положение предприятия не постоянно, начальство начинает осознавать, что что-то «идёт не по плану», только после явного снижения объёма продаж. В этой ситуации, как правило, предпринимаются попытки налаживания сбыта поиском новых сегментов рынков для своей продукции, в тот период, когда жизненный цикл самой продукции находится на стадии остаточного спроса, в связи с развитием технологий у конкурентов или нахождения ими нового сырья, что позволяет им значительно снизить цены на свою продукцию. Из этого следует необходимость постоянного мониторинга отрасли и комплексных исследований. Следует отметить, что классический маркетинг не настаивает на углубленном исследовании рынка и конкурентов, предлагается их простое ранжирование по широте ассортимента, внешним преимуществам, характеристикам качества, цене и системе продвижения продукции. Используется мнение потребителя, что влияет на ранг конкурента. Для отечественных предприятий поверхностное изучение не будет действенным, так как большинство отечественных рынков крайне нестабильны [2], вследствие чего нужно выделить проблему, стоящую перед большинством отечественных маркетологов, – как предсказать изменения ситуации на рынке в течение года или через ряд лет. Для этого требуется детальное изучение конкурентов. Для анализа деятельности конкурента используют информацию, которую делят на две группы: первичную и вторичную. Информация, специально полученная для анализа определённой деятельности конкурента, является первичной. Получение первичной информации осуществляется с помощью: анализов, опросов и экспериментов. Основное преимущество первичной информации: быстрота ответа на интересующие вопросы, простота последующего её сведения в нужную форму, представление «живого» мнения о действиях конкурента. Недостатками первичной информации являются: субъективность, неполнота, высокая степень недостоверности, сложность доступа и дороговизна. Вторичная информация включает в себя данные, прошедшие предварительную аналитическую обработку, цели которой не совпадают с целями анализа, вследствие чего данная информация нуждается в проведении дополнительных процедур выбора, ранжирования и компиляции, приводящих её в требуемый вид для проведения анализа. Основными источниками вторичной информации являются: отчёты о производственно-хозяйственной деятельности, статьи о деятельности конкурента в периодической печати, справочные издания с информацией о конъюнктуре рынка, тенденциях и проблемах его развития. «Необходимо отметить, что зачастую для составления картины конкуренции вышеперечисленной информации явно недостаточно...» [3]. Для получения более углублённого исследования требуется вторичная информация конфиденциального характера. В целом, углублённое исследование конкурента начинается с анализа его финансовых показателей.

Всю вторичную информацию можно разделить на две группы: открытая; условно открытая. При сборе и анализе информации возникает целый ряд проблем. Для первой группы это: неполнота информации для полного исследования конкурентной ситуации на рынке. Для второй группы это: недостоверность информации. Отечественные предприятия зачастую склонны фальсифицировать данные отчётности с целью ухода от налогов. Для третьей группы это: закрытость доступа и в связи с этим – чрезвычайная дороговизна получения нужной информации. Все методики исследования конкурентного положения принято делить на две группы.

Первая группа – параметрические исследования, на основе первичной информации, когда выбираются основные параметры сравнения конкурентов, затем эти данные сводятся в

удобную форму. Преимуществом этих методик является быстрота и относительная дешевизна, в то же время они страдают от субъективности мнения и неточности мнений, невозможности построения прогнозов развития конкурентов.

Вторая группа – рейтинговые оценки, где используются сведения, полученные путём интервьюирования менеджеров, и свободная финансовая отчётность конкурентов, далее строится математическая модель из полученных данных, на основе которых все данные сводятся в коэффициентные показатели. На основе этих показателей выстраивается рейтинг. Преимуществом этой группы будет являться высокая точность. Даже при всей актуальности постоянного мониторинга конкурентной позиции предприятия необходимо учитывать факторы дороговизны информации и запаса времени для принятия решения. Из чего следует, что необходимо правильно определить соотношение «дорогих» и «дешёвых» источников информации и сопоставить их со временем, требуемым для принятия решения. В зависимости от ситуации на предприятии, маркетологам рекомендуется производить выбор информации, исходя из модели, которая предоставляет выбор той или иной информации для анализа конкурентов на следующих условиях.

Шаг 1 – необходимо быстрое реагирование на сложившуюся ситуацию, при недостатке финансирования маркетинговых исследований. Здесь возможен выбор только общей информации. Как результат – вероятно нехватка данных для полноценного анализа отрасли.

Шаг 2 – здесь также решается тактическая задача, чаще всего – быстрое определение своего места в отрасли. При достаточном финансировании рекомендуется использовать для этого готовые рейтинговые оценки крупнейших консалтинговых компаний или рейтинговых агентств, что позволяет быстро сориентироваться, но не позволяет строить планы на будущее.

Шаг 3 – этот блок вызывает сомнение, так как нет абсолютной уверенности в том, что можно провести углублённый анализ отрасли дешево и быстро.

Шаг 4 – здесь, вероятнее всего, предприятие находится в кризисной ситуации, и руководство видит выход в быстрой смене поведения предприятия на рынке. В данном случае лучшим решением будет приобретение уже готового отчёта анализа отрасли. В этом случае результат гарантирован, из минусов стоит учесть следующее – придётся доверять чужим результатам, а это выходит достаточно дорого.

Шаг 5 – в ситуации, когда необходимо выработать линию поведения предприятия в отрасли, не имея больших средств и не стремясь к детальной проработке. В данном случае лучшим способом анализа конкурентов будет параметрический анализ на основе параметрической информации.

Шаг 6 – этот блок, как и блок 3, вызывает сомнение по следующим причинам: целесообразно ли проводить анализ конкурентов долго и дорого, да ещё и без достаточной степени детализации?

Шаг 7 – характеризует ситуацию, когда руководство предприятия чувствует, что лидерство в отрасли начинает «пошатываться» и необходимо детально изучить своих конкурентов. Здесь возможно составление прогнозов развития отрасли своими силами, силами отдела маркетинга.

Шаг 8 – данный блок, скорее всего, отражает неконкретную ситуацию, а постоянный мониторинг в отрасли. Это наиболее результативный блок, который даёт возможность сохранять контроль над всеми своими конкурентами, эффективно реагировать на изменения рынка.

Выводы. Исходя из всего, что было сказано выше, можно сделать вывод о необходимости постоянного мониторинга отрасли и сегментации рынка. Имеется огромная вариативность использования финансовых средств и времени. Грамотное использование маркетинга позволит получить огромное количество преимуществ перед конкурентами, что обеспечит выживание и лидерство в отрасли и, как следствие, получение прибыли.

Литература

1. Агаркова Н.В. Анализ конкуренции на внешнем рынке. – Сборник научных трудов ДонГУУ «Теоретико-методические основы управления социально-этическим маркетингом». Серия «Экономика». – Донецк: ДонГУУ, 2012. – Т. XIII. – Вып. 225
2. Дихтиль Е. Хершген Х. Практический маркетинг. – М.: Высш. Шк., 1995.
3. Довідник споживача. – Х.: Фактор, 2007.
3. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М.: Юрайт-М, 2011.

УДК 332.133

**ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ
АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАЙНЯТОСТІ
НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ПРАЦІ***Павловець А. С.,**студентка кафедри управління персоналом та економіки праці,**Кісельова О. О.,**к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,**Донецький Державний університет управління, м. Донецьк*

В статті досліджено сутність ринку праці, визначено проблеми ринку праці Донецького регіону, визначено заходи по стабілізації ситуації на прикладі антикризової політики зайнятості різних країн.

Ключевые слова: *рынок труда, рабочая сила, спрос на рабочую силу, экономически активное население, безработица.*

The paper studies the essence of the labor market, identified the problems of the labor market Donetsk region, designated activities to stabilize the situation on the example of the anticrisis of employment policies in other countries.

Keywords: *labor market, labor force, labor demand, the economically active population, unemployment.*

Постановка проблеми. Найважливішим пунктом реалізації антикризової політики, крім фінансового та реального сектору економіки, має стати трудовий потенціал, його збереження і можливості розвитку. Рівень розвитку та можливості реалізації трудового потенціалу дозволяють судити про перспективи соціально-економічного розвитку країни, регіонів і світової економіки в цілому. Рішення проблем безробіття населення є вагомим кроком до покращення загального стану економіки країни, стану ринку праці та життя населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми формування, функціонування і регулювання ринку праці висвітлювалися в наукових працях таких вчених, як Андреев Б., Вукович Г., Микульський К., Павленков В., Котляр Ф., Джевонс У., Хаєк А., Поважний С., Лук'яненко Н., Петенко І. та інших науковців. Однак багатогранність і динамічність процесів, що відбуваються на ринку праці, потребують його подальших досліджень.

Актуальність. Як відомо, економіка Донбасу піддалась руйнівним діям фінансової та політичної криз. Саме тому проведення аналізу основних показників ринку праці Донеччини, а також визначення основних шляхів покращення його стану завдяки досвіду інших країн стає необхідністю.

Загальна мета. Метою даної публікації є визначення можливості застосування елементів антикризової політики зайнятості зарубіжних країн для вирішення проблем ринку праці Донецького регіону.

Вклад основного матеріалу. У сучасній економічній літературі можна зустріти самі різні визначення ринку праці, тому що це завжди цікавило економістів, таких видатних, як А. Маршалл, У. Джевонс, А. Хаєк, Дж. Кейнс та інших. Перше і саме повсякденне визначення стверджувало, що ринок праці – це суспільно-економічна форма руху трудових ресурсів. А. Маршалл визначає ринок як один з факторів виробництва, де домогосподарства в ролі найманих робітників пропонують свою працю, а фірми-виробники товарів та послуг (працедавці) – потребують її. Англійський економіст XIX в. У. Джевонс розумів ринок праці як групу людей, що вступають у ділові відносини і укладають великі угоди. Сучасний економіст Ф. Котлер характеризує це визначення як систему суспільних відносин в узгодженні інтересів роботодавців і найманої робочої сили. Видатний економіст, лауреат Нобелівської премії А. Хаєк визначав ринок праці як складний передавальний пристрій, що дозволяє з найбільшою повнотою та ефективністю використовувати інформацію, розсіяну серед незліченної безлічі індивідуальних агентів. Пізніше в поняття ввели відносини між покупцями і продавцями і співставлення попиту й пропозиції. У зв'язку з цим з'явилися такі визначення ринку праці:

- 1) сфера формування попиту та пропозиції на робочу силу;

2) частина економічної системи, її елементів та характеристик, в межах яких відбувається залучення праці як економічного ресурсу до сфери національного виробництва;

3) з позицій підприємств – поле взаємин окремого підприємства та його співробітників. Отже, до сьогодні єдиного визначення поняття «ринку праці» не існує. Основними компонентами ринку праці виступають попит на робочу силу та її пропозиція; вартість робочої сили; ціна робочої сили; конкуренція між роботодавцями та найманими працівниками [2]. У 2014 році відбулися глобальні перетворення і потрясіння в світовому масштабі і в Україні. Вони безпосередньо відбилися як на економіці країни в цілому, так і на її регіонах. Особливо змінилася ситуація в Донецькій області. В цілому ситуація характеризується спадом активності роботодавців, збільшенням безробіття (табл. 1), практично повною відсутністю вакансій в Донецькому регіоні, зупиненням відкриття нових робочих місць через згорання бізнесу. Такі дані були отримані в ході аналізу бази даних Міжнародного кадрового порталу HeadHunter Україна [6].

Таблиця 1

Динаміка демографічних показників Донецького регіону

Показник	I квартал 2012	I квартал 2013	I квартал 2014
Кількість населення, тис. осіб	4403,2	4375,4	4343,9
Безробітне, тис. осіб	171,8	165,6	189,4

Як показують дані табл. 1, чисельність безробітного населення Донецького регіону у першому кварталі 2014 року зросла у порівнянні з аналогічним періодом 2012 року на 10,2 %, а у порівнянні з 2013 роком – на 14,4 %. На рис. 1 відображено динаміку попиту і пропозиції робочої сили на ринку праці Донецького регіону у 2014 році.

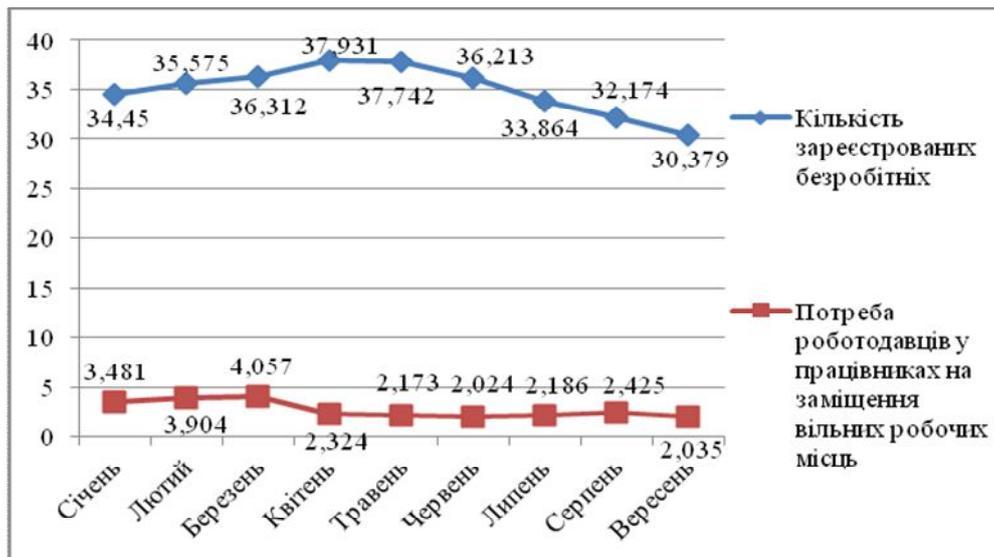


Рис. 1. Попит та пропозиція робочої сили у Донецькому регіоні у 2014 році (тис. осіб)

В якості причин такого складного становища на ринку праці Донецької області слід зазначити політико-економічну кризу в Україні та бойові дії в Донецькій і Луганській областях. Через це в червні-липні 2014 року почалося закриття великих підприємств і підприємств малого і середнього бізнесу, перехід на віддалену роботу. А після початку бойових дій в Донецьку – з другої половини липня – українські торгові компанії закрили свої філії в цьому місті. Сьогодні в Донецьку продовжують працювати деякі великі виробничі підприємства, торговельні мережі, поживляється робота середнього і малого бізнесу. Однак практично всі підприємства працюють в економ-режимі. Персонал скоротили практично всі [5]. Досвід зарубіжних країн показує, що масштаби безробіття оцінюються за рядом критеріїв: реєстрація безробітних у службі зайнятості; незайнятість та активний пошук роботи незалежно від факту реєстрації (за методологією МОП); відсутність роботи, незалежно від наявності офіційного статусу зайнятості (у разі відпусток і неповного робочого дня з ініціативи наймача) [4]. На національних рівнях застосовуються різні варіанти кризової політики зайнятості. Найбільш

поширеним методом є регулювання робочого часу. Існує декілька підходів.

Перший підхід – застосування різних інструментів ринку праці, внесених в національні трудові законодавства для того, щоб зберегти робочі місця за допомогою державного субсидування оплати праці на обмежений період часу. Так, у Німеччині існує встановлене законом правило про скорочений робочий день, згідно з яким держава компенсує працівникові частину втрат від простою виробництва. У Франції, де рівень безробіття серед молоді становить 22,3 %, було виділено 1,3 млрд євро для компаній, які будуть пропонувати стажування та тренінгові програми для людей молодше 25 років. В Індії, де 80 % працівників зі своїми сім'ями живуть менше ніж на два долари в день, реалізується програма з гарантування зайнятості в сільській місцевості. У Голландії діє закон про безробіття, під дію якого підпадають працівники, яким на обмежений період часу були скорочені робочі години. Реалізуючи політику зайнятості, країни роблять акцент на проблемах внутрішнього ринку праці [1].

Другий підхід – колективні угоди на міжгалузевому рівні і рівні окремих компаній та підприємств. Цей підхід застосовується в Німеччині, де було прийнято «Угоду про робочий час», яка передбачає можливість скорочення робочого тижня до 30 годин (захід) і 33 годин (схід), щоб уникнути скорочення робочих місць. У Франції використовується «договір по частковому безробіттю», за яким працівники, зайняті під час кризи неповний робочий день, отримують часткову компенсацію. В основному це застосовується в автомобільній, металургійній, хімічній та вугільній галузях. Також діє колективний договір по «контрактах по зміні роду діяльності». Ці контракти забезпечують створення групою компаній компенсаційного резерву для працівників у розмірі 80 % їхньої зарплати на період один рік, під час якого вони будуть проходити навчання для отримання нової спеціальності [1]. Ураховуючи значну соціальну орієнтацію донецької економіки, антикризові заходи підприємств більше орієнтовані на застосування другого підходу, коли підприємства намагаються не звільняти працівників, якщо відбувається падіння виробництва або зменшується кількість робочих годин (скорочення робочого дня, введення вимушених відпусток, перекваліфікація працівників, навчання суміжним професіям).

Висновки та перспективи подальших досліджень. За оцінками фахівців, ситуація на ринку праці Донецької області однозначно стабілізується після закінчення бойових дій. Враховуючи особливості економіки цього регіону, в якості основних шляхів поліпшення стану ринку праці доцільно виділити:

- залучення інвестицій та створення нових робочих місць;
- покращення інформаційної функції установ, що займаються працевлаштуванням;
- реформування системи освіти з урахуванням сучасних вимог ринку праці Донецької області;
- підвищення зацікавленості працівників в удосконаленні професійних якостей;
- розробка регіональних програм з працевлаштування населення, які втратили роботу в результаті структурних змін в економіці регіону.

Для зменшення рівня безробіття необхідно запровадити заходи, спрямовані на стимулювання розвитку малого бізнесу, що, як показує світовий досвід, може забезпечити більше 50 % всіх робочих місць в економіці. Світова практика свідчить про те, що відновлення ринків праці відстає від стабілізації на світовому фінансовому і товарному ринку на 4-5 років. Це великий ризик для світової економіки, оскільки економічне зростання зажадає залучення кваліфікованих фахівців, а це породжує необхідність в умовах кризи зберегти трудовий потенціал. В силу зазначеного для мінімізації можливих втрат вважається необхідним і корисним застосування зарубіжного досвіду регулювання трудових відносин в умовах кризи.

Література

1. Magazine World of Work 66, August 2009: Global Jobs Pact; The many facets of Tae crisis; ILC, 2009: ILO EBS Summit, p. 4
2. Вукович, Г. Г. Ринок праці: навчальний посібник / Г. Г. Вукович, І. В. Гелета. – Рн / Д: Фенікс, 2013.
3. Головне управління статистики у Донецькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.donetskstat.gov.ua/>
4. Іванівська, Л. В. Управління персоналом: теорія і практика. Соціально-трудова відносина, ринок праці та зайнятість персоналу: навчально-практичний посібник / Л. В. Іванівська. – М.: Проспект, 2012

5. Мічковська Н. Як виживає бізнес Донбасу// Газета «Комсомольська правда». [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://kr.ua/>
6. Міжнародний кадровий портал HeadHunter Україна. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://hh.ua/>

УДК 334.716

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Левашова В. В.,

бакалавр кафедры экономики предприятия,

Лошинская Е. Н.,

к.гос.упр., доцент кафедры экономики предприятия,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В работе проанализирована хозяйственная деятельность предприятия и принципы формирования финансовой устойчивости.

Ключевые слова: *экономическая эффективность, экономические показатели, прибыль, финансовая устойчивость, устойчивое развитие.*

The paper analyzed the economic activity of the enterprise and the principles of sustainable development.

Keywords: *economic efficiency, economic performance, income, sustainable development.*

Постановка проблемы. В настоящее время единой точки зрения на основные характеристики финансовой устойчивости предприятий не существует. Разными исследователями предлагаются различные подходы к анализу финансовой устойчивости предприятий. Она рассматривается, в основном, как: синоним финансового состояния; структура капитала; защита от внутренних и внешних рисков [1]. Анализ деятельности хозяйствующего субъекта является одним из наиболее действенных методов управления, основным элементом обоснования руководящих решений. В условиях становления рыночных отношений он имеет целью обеспечить устойчивое развитие доходного, конкурентоспособного производства и включает различные направления – правовое, экономическое, производственное, финансовое и др. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия предполагают всестороннее изучение технического уровня производства, качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, обеспеченности производства материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами, а также эффективности их использования [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Сущность и проблемы анализа финансовой устойчивости коммерческого предприятия анализирует в своей работе Н. Л. Данилова [3]. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций рассматривают в своих работах Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева, А. И. Галушкина, Л. В. Козлова [4]. Но в данных научных работах не рассматривается комплексный подход к финансовой устойчивости предприятия.

Актуальность. В условиях рыночной трансформации и перехода производственного сектора на интенсивный путь развития экономики особое значение имеют вопросы, связанные с поиском новых подходов к повышению эффективности финансово-экономического управления предприятием и созданию условий финансового устойчивого развития. Уровень финансовой стойкости предприятия определяется разными элементами, которые отображают комплексную характеристику предприятия. Для определения показателей финансового развития используется комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия, выявление резервов и разработка мероприятий для создания финансовой устойчивости предприятия.

Цель статьи. Проанализировать деятельность предприятия, выявить динамику основных показателей, которые влияют на финансовую деятельность предприятия, сформировать принципы финансовой устойчивости предприятия.

Изложение основного материала исследования. ПАО «Донецкий экспериментальный ремонтно-механический завод» является одним из ведущих предприятий Донецкой области. ПАО «ДонЭРМ» в 2013 году стал убыточным предприятием (чистый убыток составляет 1822 тыс. грн), но в 2012 году предприятие имело прибыль [5]. Одна из важнейших характеристик финансового состояния ПАО «ДонЭРМ» – стабильность его деятельности с позиции долгосрочной перспективы. Стабильность связана с общей финансовой структурой (структурой источников средств) предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов. Источником формирования имущества ПАО «ДонЭРМ» служат собственные и заёмные средства. Для определения уровня финансовой независимости предприятия, необходимо оценить и рассчитать показатели, характеризующие обеспеченность запасов и затрат соответствующими источниками их формирования (табл. 1).

Таблица 1

Показатели финансовой независимости ПАО «ДонЭРМ» за 2010-12 гг.

№	Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Оптималь- ное значение
1	Коэффициент финансовой независимости	0,57	0,62	0,64	$K > 0,5$ (50%)
2	Коэффициент финансовой стабильности	1,6	2	2,2	$K > 1$
3	Финансовый ливеридж	0,3	0,1	0,09	тенденция к росту
4	Коэффициент обеспеченности и собственными средствами	- 1,45	- 0,72	- 0,69	$K > 0,1$
5	Коэффициент покрытия обязательств собственного капитала	0,4	0,24	0,24	$K < 0,5$
6	Коэффициент маневренности собственного капитала	- 0,1	- 0,05	- 0,03	тенденция к росту
7	Собственные оборотные средства (тыс. грн.)	- 4205	- 2893	- 2045	-
8	Коэффициент соотношения необоротных и оборотных активов $K_{на/об}$	4,76	3,52	3,67	-
9	Коэффициент финансовой стабильности $фс$	1,6	2	2,2	-

Чем выше значение коэффициента финансовой независимости, тем лучше финансовое состояние и предприятие более независимо от внешних кредиторов. На конец отчётного

периода значение этого коэффициента возросло на 2 % по сравнению с прошлым годом. Предприятие имеет достаточный уровень финансовой устойчивости и является относительно независимым от внешних финансовых источников. Незначительное снижение показателя финансового левериджа на конец отчётного периода свидетельствует о том, что степень зависимости предприятия от долгосрочных обязательств осталось почти на прежнем уровне.

Отрицательное значение коэффициента обеспеченности собственными средствами свидетельствует о том, что у предприятия недостаточно собственных оборотных средств, необходимых для его финансовой устойчивости. Величина коэффициента покрытия обязательств собственным капиталом не изменилось и свидетельствует о том, что зависимость предприятия от внешних инвесторов и кредиторов осталась на прежнем уровне. Значение коэффициента маневренности собственного капитала является неудовлетворительным и свидетельствует о том, что у предприятия не хватает собственного оборотного капитала, позволяющего без опаски маневрировать им в целях благоприятного ведения хозяйственной деятельности. Величина рабочего капитала (собственные оборотные средства предприятия) характеризует часть оборотных активов предприятия, сформировала за счёт собственного и долгосрочного заёмного капитала. Отрицательное значение показателя свидетельствует о том, что предприятие не может оплачивать текущие долги за счёт оборотных активов. Превышение коэффициента соотношения внеоборотных и оборотных активов над коэффициентом финансовой стабильности свидетельствует о том, что внеоборотные активы финансируются за счёт текущих обязательств, ставит под угрозу финансовую независимость предприятия. Наибольшее влияние на эффективность развития предприятия произвели: использование трудовых ресурсов; ресурсная обеспеченность предпринимательской деятельности; достижимость и сбалансированность стратегических ориентиров развития; маркетинговая активность (рис. 1).

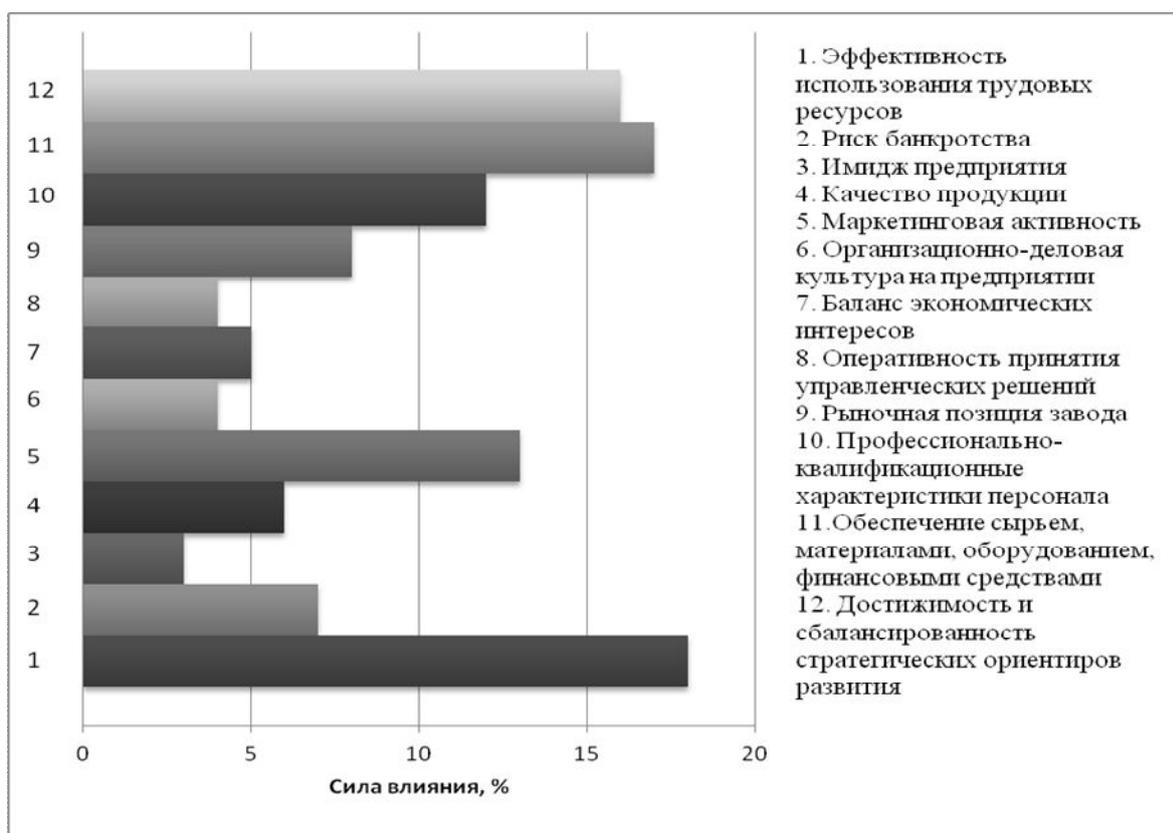


Рис. 1. Сила влияния показателей на деятельность ПАО «ДонЭРМ».

Принципы формирования стратегии финансового устойчивого развития представлены на рис. 2. Оценка уровня устойчивости развития ПАО «ДонЭРМ» осуществляется на основании группировки основных показателей функционирования предприятия по следующим направлениям: экономические (объем производства, себестоимость, рентабельность), технико-технологические (уровень технологий, качество, загруженность производственных мощностей), социальные (среднечасовая оплата труда и

уровень инвестиций в человеческий капитал), маркетинговые (ассортимент продукции, рынки сбыта). Повысить инвестиционную привлекательность ПАО «ДонЭРМ» можно, потенциально увеличив их доходность, повысив конкурентоспособность производимой товарной продукции и увеличив спрос на неё.

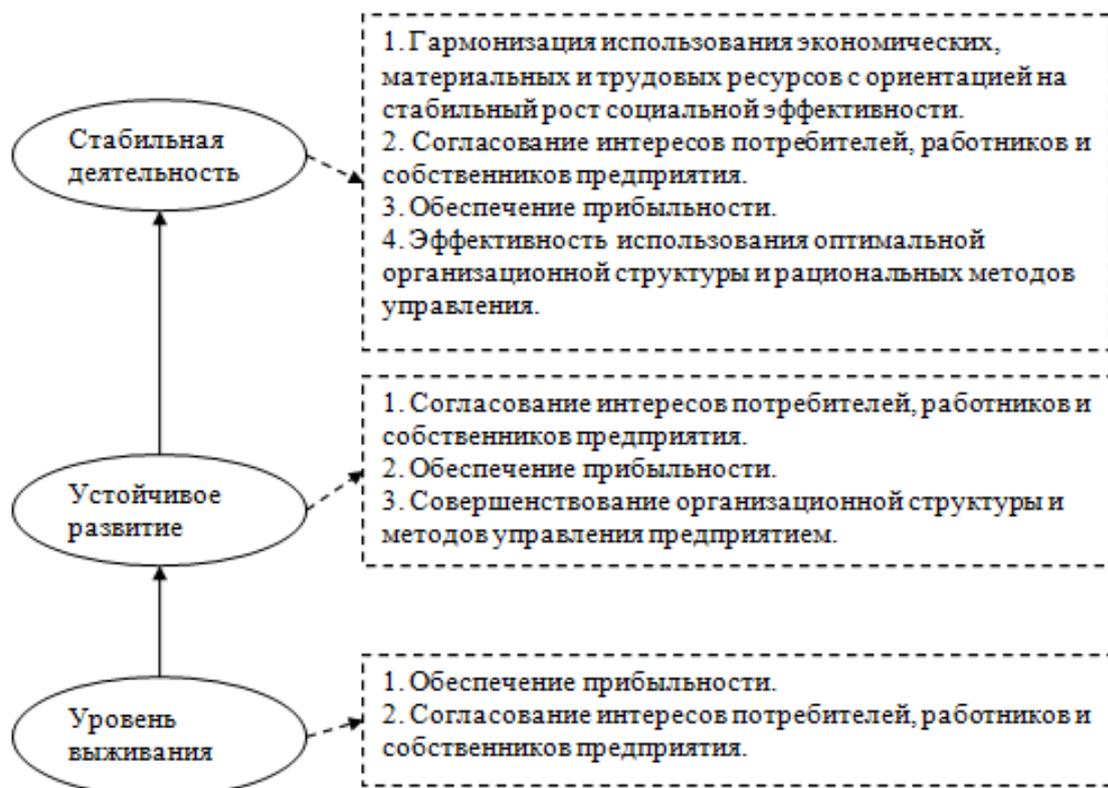


Рис. 2. Принципы формирования стратегии финансового устойчивого развития.

С использованием модели Balanced Scorecard были просчитаны варианты развития двух проектов процесса привлечения инвестиций (табл. 2).

Таблица 2

Расчеты показателей дескриптивной модели деятельности ПАТ «ДонЭРМ»

Показатели	Шахта им. А.Ф.Засядько				Донецкий металлургический завод						
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4	Вариант 5	Вариант 6	Вариант 7
Прирост дохода, тыс. грн.	1000	1500	2000	2500	450	950	1050	1150	1950	2650	3450
Объем инвестиций, тыс. грн.	36187	41783	44028	45436	32828	36913	30010	33250	58591	62011	67628
IRR, %	19,99	28,86	36,34	42,52	-	14,33	20,87	22,77	30,96	35,72	40,01
NPV, тыс. грн.	-7439	7233	23713	38931	-32828	-17048	-5772	-3465	15423	29548	43872
Индекс рентабельности	0,79	1,17	1,54	1,86	0,00	0,54	0,81	0,90	1,26	1,48	1,65
Срок окупаемости, лет	-	8	6	5	-	-	-	-	7	6	5
Срок реализации, лет	12	11	10	9	20	19	18	18	14	11	10

Для каждого из вариантов был рассчитан комплекс показателей, рассчитанные проекты на каждой отдельной шахте являются взаимоисключающими.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. По результатам исследования можно сделать вывод, что все показатели на шахте им. А. Ф. Засядько наиболее привлекательны для

инвесторов, поскольку при реализации варианта развития, предполагающего прирост дохода на 2500 тыс. грн, достигаются максимальные показатели эффективности: IRR равна 42,52 %, NPV проекта составляет 38931 тыс. грн. при сроке окупаемости 5 лет. Инвестиционный проект на ДМЗ также привлекателен для инвесторов, но из расчётов видно, что только три из семи проектов позволят выйти на рентабельный уровень деятельности и в будущем получить прибыль. Однако даже в этих проектах показатели эффективности инвестиций ниже, чем в проектах шахты им. А. Ф. Засядько. Всё это говорит о том, что разработанная модель позволяет не только определить конечные результаты эффективности инвестиций, но и выяснить, как распределены во времени потоки платежей, которые генерируются каждым инвестиционным проектом. Это даст возможность использовать разработанную модель не только как самостоятельный инструмент для расчёта показателей эффективности инвестиций, но и как составную часть более сложной модели устойчивого финансового развития предприятия.

Литература

1. Батьковский А. М., д.э.н., начальник научно-исследовательского отделения ОАО «ЦНИИ «Электроника»; Батьковский М. А., к.э.н., начальник аналитического отдела ООО «Ванаг»; Гордейко С. В., к.э.н., генеральный директор ООО «Интераудит»; Мерзлякова А. П., инженер 1-й категории ОАО «ЦНИИ «Электроника» Журнал Аудит и финансовый анализ, 5-е издание, 2011 г.
2. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2007. – 215с. – (Высшее образование).
3. Сущность и проблемы анализа финансовой устойчивости коммерческого предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-problemy-analiza-finansovoy-ustoychivosti-kommercheskogo-predpriyatiya>
4. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://1fin.ru/?id=438>
5. Лошинська О. М. Аналіз використання наявних ресурсів підприємства / Науково-практичний журнал: Регіональна економіка та управління. 2 (02) травень 2014. – Донецьк: ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління», 2014. – Ч. 2 – С.11-16.

УДК 658

ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МАТРИЧНОГО АНАЛИЗА

Михайлова Е. В.,

бакалавр кафедры экономики предприятия,

Лошинская Е. Н.,

к.гос.упр., доцент кафедры экономики предприятия,

Донецкий государственный университет управления, г.Донецк

В работе проанализирована действующая система формирования условий устойчивого развития предприятия, выявлены направления и пути совершенствования системы устойчивого развития в целях повышения эффективности работы предприятия.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, предприятие, экономическая эффективность, матричный анализ, организационная эффективность.*

The paper analyzes the current system of creating conditions for sustainable development of enterprises identified directions and ways of improving the system of sustainable development in order to improve the efficiency of the enterprise.

Keywords: *sustainable development, enterprise, economic efficiency, matrix analysis, organizational effectiveness.*

Постановка проблемы. В настоящее время проблема обеспечения устойчивого развития на уровне предприятия является недостаточно разработанной. Однако многими учёными одним из основных направлений совершенствования механизма обеспечения устойчивого развития

предприятия считается разработка и внедрение стратегического эколого-экономического управления развитием предприятия (эколого-экономической стратегии устойчивого развития) и совершенствования существующих подходов к информационному обеспечению устойчивого развития. Экономическое измерение устойчивого развития является составной и одной из парадигм современного развития общества.

В процессе вхождения экономик большинства стран в глобальный экономический кризис возникает насущная потребность в научно-методическом инструментарии для решения проблем по проведению мероприятий, стабилизационных действий, социально-экономических реформ и перестройки национальной экономики на основе концепции устойчивого развития [1, 2]. Формирование потенциала устойчивого развития предприятия должно охватывать: способность к саморазвитию и прогрессу предприятия, то есть обеспечение устойчивого роста производства, создание надёжных условий и гарантий для субъектов хозяйствования, создание благоприятного климата для инвестиций и инноваций; рациональное использование природных ресурсов и сохранение экологического равновесия в регионе; стабильное повышение качества жизни всех работников и жителей города.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы устойчивого развития предприятия нашли отражение в трудах Деревянко Ю.М., Поддубной Т. В. [3] и Парамонова Л. [4]. Однако в этих трудах не были рассмотрены условия развития предприятия на основе матричного анализа. Именно это и будет рассмотрено в данной статье.

Актуальность. Уровень устойчивости предприятия определяется различными элементами, которые отражают комплексную характеристику предприятия, его экономическую эффективность.

Устойчивое состояние промышленного предприятия характеризуется ритмичным выпуском высококачественной продукции и высоким спросом на неё, равномерным ходом производства во всех подразделениях, качественным материально-техническим и кадровым обеспечением, удовлетворительным психологическим климатом в коллективе [3, 4]. Проблема формирования условий устойчивого развития предприятия является очень актуальной в современной конкуренции.

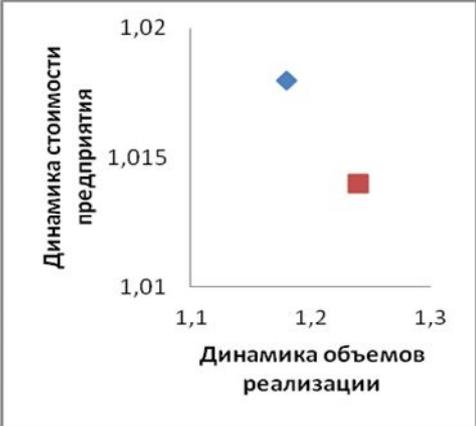
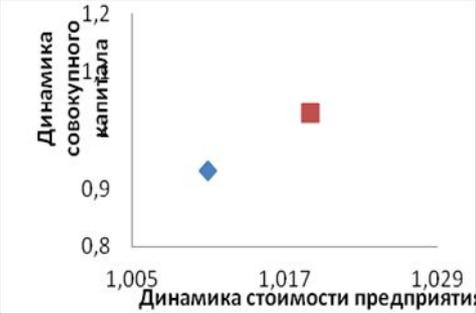
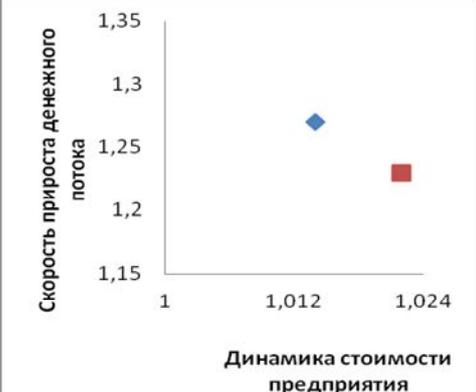
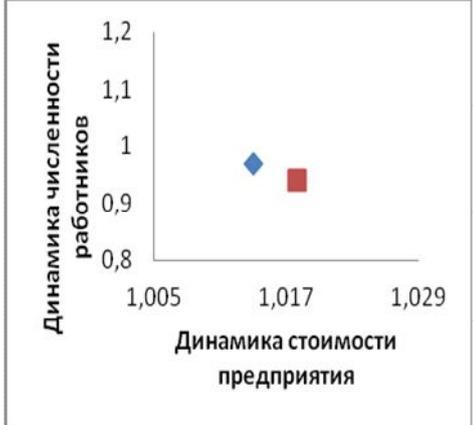
Цель статьи. Проанализировать хозяйственную деятельность предприятия, сформировать условия устойчивого развития и выявить направления и пути совершенствования системы устойчивого развития в целях повышения эффективности работы предприятия. Для достижения поставленной в работе цели использована система общенаучных и специальных методов исследования, в частности, методы теоретического обобщения, диалектики, логики были использованы при исследовании современных научных достижений в сфере изучения устойчивого развития предприятия. Методы математического моделирования были использованы при оценке эффективности проведённых мероприятий по улучшению развития предприятия.

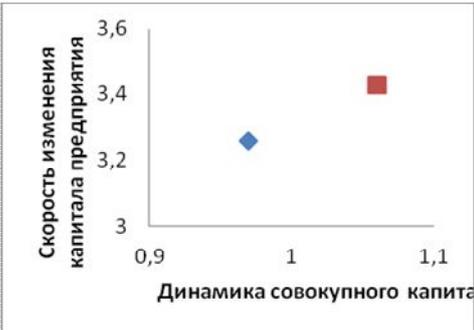
Изложение основного материала исследования. ПАО «Донецкий экспериментальный ремонтно-механический завод» является одним из ведущих предприятий Донецкой области.

Основными видами продукции ПАО «ДонЭРМ» являются: металлоконструкции любой степени сложности; металлоконструкции для металлургических предприятий; металлоконструкции для шахтного строительства; изготовление узлов и ремонт механизированных крепей; изготовление струговых установок СО 75МУ; 1СН 99; 1СН 99У [5]. Исследование хозяйственной деятельности ПАО «ДонЭРМ» проводилось на основе экспертной оценки целого ряда показателей. Для обоснования мер устойчивого развития предприятия был выполнен ряд расчётов, на основе которых построено 5 матриц. Полученные результаты представлены в табл. 1.

Экономическая эффективность развития предприятия была проанализирована в следующих аспектах: эффективность использования работников, вероятность банкротства, эффективное использование имеющихся ресурсов предприятия. Рыночная эффективность оценивалась по таким параметрам, как рыночная позиция предприятия на региональном рынке, ассортимент продукции, потребительские качества продукции и т. д. Организационная эффективность развития предприятия оценивалась в контексте оперативности принятия управленческих решений, сформированного организационного климата, достигнутого баланса экономических интересов участников бизнеса. Проведённая на предприятии диагностика дала возможность сделать комплексную оценку состояния предприятия, оценить влияние финансовых, экономических показателей на динамику его функционирования и сделать вывод об адекватно выбранной стратегии экономического развития предприятия.

Таблица 1

Название матрицы	Технология построения	Общий вид расчетной матрицы
1. Матрица «стоимость предприятия / маркетинг»	Построена на основе учета темпов роста стоимости предприятия и изменения объемов реализации. В матрицу заложено предположение, что тип маркетинговой деятельности - пассивный или агрессивный - определяется на основе темпов роста объемов реализации продукции	
2. Матрица «стоимость предприятия / капитал»	Построена на основе учета темпов роста стоимости предприятия и размера совокупного капитала	
3. Матрица «стоимость предприятия / временной промежуток»	Построена на основе учета темпов роста стоимости предприятия и прироста денежного потока в единицу времени (год). В матрицы фактически учтена скорость роста стоимости предприятия.	
4. Матрица «стоимость предприятия / численность персонала»	Построена на основе учета темпов роста стоимости предприятия и динамики численности работников	

5. Матрица «временной промежуток / совокупный капитал»	Построена на основе учета темпов роста совокупного капитала и его прироста в единицу времени (год)	
--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

Выводы и перспективы дальнейших исследований. На основе проведённого матричного анализа процессов изменений на ПАО «ДонЭРМ» по критерию стоимости предприятия можно предложить следующие меры повышения эффективности его развития: предприятие реализует пассивную маркетинговую стратегию, о чём свидетельствует матрица № 1. Для него следует рекомендовать активизацию маркетинговой деятельности, проведение дополнительных исследований рынка, требований потребителей, динамики спроса на различные виды продукции, разработку вариантной ценовой политики и тому подобное. Реализация комплекса мероприятий такого рода позволит предприятию укрепить свои позиции. Заняв прочную рыночную позицию, предприятие сможет в значительной степени контролировать собственные рыночные ниши на региональных рынках сбыта, характеризующаяся быстрым ростом его рыночной стоимости при агрессивной маркетинговой политике. Предприятие находится в кластере «привлечение дополнительного капитала» (собственного или заёмного), то есть оно не создаёт внутренних механизмов для стабильного развития. Поэтому для предприятий можно рекомендовать повышение эффективности организации и функционирования их производственно-коммерческих систем. В матрице «стоимость предприятия/временной промежуток» – предприятие работает в оперативном режиме, несмотря на стратегические ориентиры развития отрасли и рынка. Поэтому для него можно рекомендовать построение стратегии развития и разработку комплекса мер по гармонизации текущих целей и стратегических ориентиров. На основе матрицы «стоимость/персонал» комплекс мер развивается на основе оптимизации традиционных бизнес-процессов, что сопровождается незначительным ростом стоимости бизнеса при незначительном увеличении численности работников. Иными словами, происходит пропорциональное развитие на основе сложившихся пропорций между факторами производства. Поэтому для достижения высокого уровня организации труда и эффективности использования трудового потенциала целесообразным для предприятия является инвестирование средств в новые технологии и средства труда, что позволит повысить эффективность труда персонала без увеличения его численности. Реализация предложенных мероприятий позволит предприятию ускорить экономическое развитие и занять более прочные позиции на рынке.

Литература

1. Анализ финансового состояния предприятия // Энциклопедия бухгалтера и экономиста. – 2009. – № 5. – С. 3-143.
2. Смачило І.І. Методи управління сталим розвитком [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/.../Смачило%20І.%20І...>
3. Аналіз показників сталого розвитку підприємства / Ю.М. Дерев'яноко, Т.В. Піддубна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream>
4. Парамонова Л. Сбалансированная система показателей в управлении сервисными организациями / Л. Парамонова, Э. Низамова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 1. – С. 98-105.
5. Лошинська О.М. Аналіз використання наявних ресурсів підприємства / Науково-практичний журнал: Регіональна економіка та управління. 2 (02) травень 2014. – Донецьк: ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління», 2014. – Ч. 2. – С.11-16

УДК 659.182/.187

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»**Горденко В. И.,***студентка кафедры маркетинга маркетинга и логистики,***Харченко А. С.,***ассистент кафедры маркетинга и логистики,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В данной статье рассматриваются особенности и преимущества рекламы в социальной сети «ВКонтакте». Определён основной контингент посетителей и основные показатели посещаемости. Описан механизм создания рекламы в сети «ВКонтакте». Выдвинута проблема недоверия потребителей к рекламе и недостаточно налаженной связи между продавцами и покупателями. Предложен ряд мероприятий по решению выше изложенных проблем.

Ключевые слова: *маркетинг, аккаунт, фидбэк, таргетированная реклама, «лайк аватарок», репост.*

This article discusses the features and benefits of advertising on the social network VKontakte. Definitely the main contingent of visitors and basic attendance. The mechanism of creation of advertising VKontakte. Put forward a problem of mistrust of consumers towards advertising and not enough well-established link between buyers and sellers. A number of activities to address the problems outlined above.

Keywords: *marketing, account feedback, targeted advertising, «Like avatars», repost.*

Постановка проблемы. Сегодня социальные сети являются одними из самых посещаемых сайтов в сети Интернет. «ВКонтакте» – это крупнейшая социальная сеть в Европе, число пользователей, которой растёт с каждым днём и с невероятной скоростью. Рекламные инструменты «ВКонтакте» доступны каждому – от небольшого семейного бизнеса до крупной международной компании, однако малое количество корпоративных фирм используют социальные сети для получения фидбэка. Также проблемой является низкий уровень доверия к рекламе.

Анализ литературы. При написании работы были использованы исследования зарубежных: Б. Кортлэнда и Ф. Уильяма [1] и отечественных специалистов в области маркетинга: Дубровской Н. [2], Ромата Е. и Сендерова Д. [3], Максеева Б. [5], а также материалы энциклопедических словарей и др. источники, которые в полной мере помогли изучить и проанализировать данную тему, подтверждая её актуальность. Анализ литературы показал, что существуют ряд таких недостатков Интернет-рекламы, как множество спама, нехватка потенциальной предрасположенности пользователей и накапливание не всегда позитивных отзывов.

Цель статьи. Определить место рекламы в социальной сети «ВКонтакте» в общем объёме рекламы в сети Интернет. Рассмотреть особенности рекламы «ВКонтакте». Исследовать процесс создания рекламы «ВКонтакте», проанализировать воздействие рекламы на посетителей социальной сети.

Изложение основного материала исследования. Сегодня социальные сети используются не только как средство общения; самые популярные собирают тысячи посетителей, объединяют их по группам и интересам и становятся средством распространения нужной информации. В условиях жёсткой конкуренции и наличии подобных групп и сообществ следует прибегать к продвижению своего товара или услуги «ВКонтакте» и других социальных сетях. Под продвижением понимают комплекс мероприятий, который позволит повысить узнаваемость рекламируемого объекта и обеспечит к нему доверие со стороны потенциальных клиентов и повысит прибыль [2]. Объектом исследования была выбрана социальная сеть «ВКонтакте», потому что принято считать, что «Контактом» пользуются школьники и студенты, но, конечно, аудитория сети этими категориями не ограничивается. Как известно, подростки обладают большим количеством свободного времени, чем старшее поколение, именно поэтому социальная сеть «ВКонтакте» является очень популярной и подростки подвергаются большему влиянию. Возраст основных пользователей колеблется от 16 до 24 лет. Общее число

пользователей составляет более 300 миллионов, из них 44,3 % составляют мужчины и 55,7 % – женщины. При регистрации «ВКонтакте» необходимо заполнить страницу и указать информацию о себе, из чего известно, что 31,4 % посетителей имеют высшее образование и 32,6 % состоят в браке (рис. 1).

Аудитория ВКонтакте

- На сайте зарегистрировано более **300 миллионов** пользователей.
- Более **70 000 000** посетителей заходят на сайт каждый день.
- Более **3 000 000 000** страниц открываются ежедневно.
- Примерно **65%** посетителей проживают в России.
- **24%** посетителей из России проживают в Москве, **11%** – в Санкт-Петербурге.
- Более **59%** пользователей сайта старше 25 лет.

Рис. 1. Аудитория «ВКонтакте»

Высокая посещаемость и активность пользователей, свидетельствует о том, что это хороший и эффективный канал для рекламы и маркетинговых мероприятий. Из представленной ниже таблицы видно, что в среднем сайт «ВКонтакте» посещают 478,102,480 человек, что говорит о высокой популярности и эффективности рекламы в данной социальной сети (рис. 2).

	23 мая, суббота	22 мая, пятница	в среднем в субботу	в среднем за 7 дней
<input type="checkbox"/> Посетители за 31 день	476,827,112	477,746,875	479,676,666	478,102,480
<input type="checkbox"/> Посетители за 7 дней	175,733,132	175,927,737	174,987,461	176,413,028
<input checked="" type="checkbox"/> Посетители за день	62,870,919	67,465,804	62,351,034	67,692,464
<input checked="" type="checkbox"/> Новые (или не были в течение 31 дня)	11,251,026	11,724,599	11,145,662	11,823,163
<input checked="" type="checkbox"/> Неотлучные (бывают ежедневно в течение недели)	20,777,475	21,053,861	19,814,438	21,102,307
<input checked="" type="checkbox"/> Ядро (бывают каждую неделю в течение месяца)	38,630,099	38,610,149	38,716,141	38,641,241
<input checked="" type="checkbox"/> Частые (бывают каждую неделю в течение 3 месяцев)	19,261,413	19,247,392	19,242,019	19,242,206
<input type="checkbox"/> Постоянные (бывают каждый месяц в течение 4 месяцев)	40,265,744	40,270,944	40,010,101	40,255,617

Рис. 2. Основные показатели посещаемости

Рекламные объявления «ВКонтакте» показываются пользователям в левой части страниц в виде таргетированного объявления. Таргетированное объявление, как правило, состоит из заголовка и изображения, а также может содержать краткое текстовое описание. Для различных рекламируемых объектов (видеозаписей, сообществ, внешних сайтов, приложений) предлагается выбор из наиболее подходящих форматов объявлений [4]. Раньше «ВКонтакте» можно было рекламировать группы, встречи, объявления и приложения, но относительно недавно появилась возможность купить рекламу и для внешних ресурсов напрямую. Вне зависимости от рекламируемого объекта и формата объявления Вы можете выбрать удобный для Вас способ оплаты – за переходы или за показы. Вы сами определяете, сколько платить за рекламу, и не ограничены в выборе аудитории.

Существует несколько вариантов и видов бесплатной рекламы ВКонтакте:

- создание группы;
- создание публичной страницы;
- создание рекламного аккаунта (не приветствуются администрацией);
- рассылка комментариев под фото, видео, и в обсуждениях;
- поиск открытых альбомов в группах и «заливка» своих фото;
- поиск открытых группы и «заливка» в них аудио и видео рекламы;
- создание обсуждений в группах;
- рассылка постов на стены групп;
- «лайк аватарок» от имени рекламного аккаунта;
- добавление в группы с категорию ссылки;
- взаимный репост;
- добавление друзей по критериям.

Сверхточное нацеливание объявлений – таргетинг – ключевая особенность рекламы «ВКонтакте». В отличие от широко распространённой контекстной рекламы, объявления показываются не в соответствии с содержанием страницы, а определённым группам пользователей. Простые инструменты позволяют выбирать аудиторию, которой будет демонстрироваться Ваше объявление. Среди возможных параметров – как обыкновенные географические и демографические, так и более узкие критерии (образование, должности, интересы пользователей и многое другое), это позволит воздействовать именно на ту категорию потребителей, которая нуждается в данном товаре [3]. Преимуществом рекламы в социальных сетях являются мульти-таргетинг, который включает:

- геотаргетинг: страны, регионы, города, районы, и даже отдельные улицы;
- демографический таргетинг: возраст, пол, предпочтения, семейное положение, язык, др;
- по интересам и увлечениям: авто, недвижимость, спорт, бизнес, и многое, многое другое;
- по образованию: школы, институты, университеты и т. д.;
- по месту работы и другие виды таргетинга.

При правильной настройке реклама персонализирована, поскольку она транслируется отборной целевой аудитории, конкретно человеку с определёнными социально-демографическими данными и потому может быть очень эффективной и недорогой для входящих в эту группу потенциальных потребителей (рис. 3).

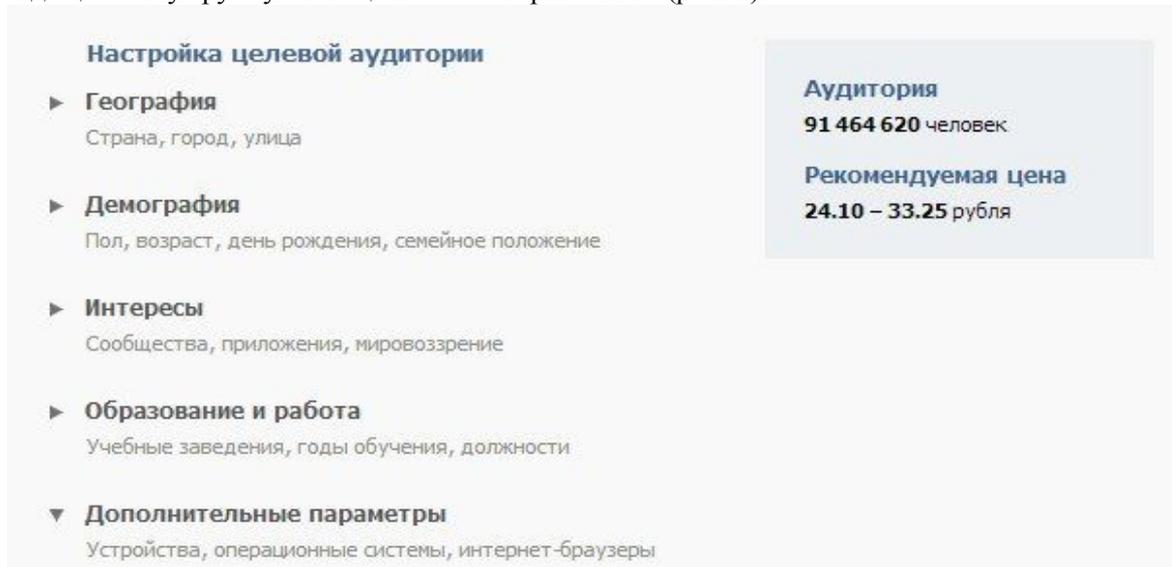


Рис. 3. Настройка целевой аудитории

Работающее рекламное сообщение включает в себя следующие элементы:

- изображение, которое доносит нужный образ даже в маленьком размере (контрастные цвета, отсутствие мелких деталей, узнаваемые/популярные образы);
- заголовок, который объясняет суть предложения; дополнительный текст поможет расшифровать сообщение, но вся основная суть должна уместиться в заголовок;

– цифры; конкретная цена, процент скидки, ставки по кредиту, количество подписчиков в группе, сроки действия предложения – любые цифры превращают рекламный баннер в источник информации. Цифры вызывают интерес и доверие;

– вкусные слова («бесплатно», «скидки», «распродажа», «получи») все ещё работают;

– если вы используете точечный таргетинг и ретаргетинг по интересам, размерам, возрасту, то сообщение должно содержать подстройку. Что-то, что вызовет мысль: «О, это прямо для меня!».

Для удобства рекламодателя «ВКонтакте» созданы все условия. Возможно, одним щелчком запустить или остановить сразу несколько объявлений. Если остановить кампанию, все объявления в ней немедленно перестанут показываться. Для того чтобы возобновить показы, достаточно снова запустить кампанию. Исследование 100 самых дорогостоящих мировых брендов, проведенное объединением Wetpaint/Altimeter Group, показало, что компании, активно использующие социальные сети, в прошлом году в среднем добились 18-процентного роста доходов, тогда как их антиподы, наоборот, понесли в среднем потери в 6 процентов. Таким образом, впервые выявлена прямая связь между финансовыми результатами и активностью компании в области социальных сетей.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Главной особенностью рекламы «ВКонтакте» является возможность без существенных финансовых затрат и усилий проводить высокоэффективные маркетинговые исследования, и, что особенно важно, показывать рекламу именно своей целевой аудитории. Также есть возможность довольно глубоко анализировать процесс проведения рекламной кампании, оценивать эффективность рекламной кампании по многим параметрам и на основе этого анализа корректировать ход рекламной кампании для достижения лучшего результата.

Однако существует проблема низкого доверия рекламы в социальных сетях, и поможет её решить грамотный контент. Реклама должна содержать конкретные предложения и ценную информацию для потребителя. Люди переходят с контента на страницу сайта, где размещена партнёрская ссылка или же напрямую на официальный сайт партнёрского продукта или услуги. Также учитывая психологические особенности человека, важно помнить, что люди склонны доверять советам друзей и знакомых. Социальные сети являются тем местом, где количество друзей у каждого пользователя часто превышает несколько сотен. Поэтому большинство крупных и успешных компаний уже много лет ведут активное продвижение товаров/услуг в социальных сетях. Для повышения лояльности клиентов и выстраивания прямого диалога можно создать группу «ВКонтакте». Это повысит узнаваемость бренда и станет каналом получения отзывов и мнений. В группе необходимо размещать информацию о новинках, скидках и акциях. «ВКонтакте» предоставляет возможности включения интерактивных функций, например, голосование или создание обсуждений. Это также является инструментом для работы с критикой и негативными отзывами. Ярким примером SMM-продвижения является реклама продукта известной компании через свою партнёрскую ссылку. Люди в данном случае реагируют именно на имя, на бренд и покупают на основе доверия к данному бренду [5].

Литература

1. Бове, Кортлэнд Л.; Арнс, Уильям Ф. Современная реклама. – 179 с.
2. Реклама в коммерческой деятельности. / Н.О. Дубровская // Учебно-методический комплекс для студентов. – Мичуринск: Изд-во МичГАУ, 2008. – 67 с.
3. Реклама: стандарт третьего поколения / Е. Ромат, Д. Сендеров // Учебник для вузов. 8-е изд. Питер, 2013. – 512 с.
4. Энциклопедия маркетинга / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.-marketing.spb.ru/>
5. Качественная реклама в социальных сетях / Б. Максеев // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>

УДК 659.1.07

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

*Сапелкина В. А.,**студентка кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности,**Харченко А. С.,**ассистент кафедры маркетинга и логистики,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В данной статье рассматриваются проблемы наполненности рекламного рынка Донецкой Народной Республики, особенности и перспективы развития рекламного бизнеса, в условиях перехода на новые государственные стандарты. Даны рекомендации относительно решения данной проблемы.

Ключевые слова: *реклама; привлекательность; производство; кризисные явления; новейшие разработки; аналитика; маркетинговые коммуникации.*

The problems of gap-fillingness of advertisement market of Donetsk People's Republic, feature and prospect of development of advertisement business are examined in this article, in the conditions of passing to the new state standards. Recommendations are given in relation to the decision of this problem.

Keywords: *advertisement; attractiveness; production; crisis phenomena; newest developments; analytic geometry; marketing communications.*

Актуальность темы обусловлена объективной необходимостью развития в Донецком регионе рекламной сферы деятельности, поскольку реклама в современном мире представляет собой сложное социальное явление, далеко шагнувшее за рамки вида трудовой деятельности человека. Реклама представляет собой не просто бизнес, а значительно более широкое явление, охватывающее, или, по меньшей мере, оказывающее влияние почти на все сферы жизни общества: производственную (реклама выступает как орудие сбыта произведенного товара); социальную (реклама выполняет коммуникативную функцию, соединяя интересы различных групп общества); нравственно-правовую (цивилизованная реклама служит инструментом пропаганды этических и правовых норм в торгово-экономической деятельности); культурно-образовательную. Для Донецкой Народной Республики развитие рекламного бизнеса представляет собой не только источник поступлений в бюджет, но и действенный инструмент привлечения инвестиций в экономику республики, которые будут способствовать ее экономическому росту.

Постановка проблемы. Изучение рекламной деятельности как вида экономической деятельности зародилось в рамках исследований по социологии и психологии массового сознания и коллективного поведения (Г. Тард, Г. Лебон, Л. С. Выготский, Т. Адорно, Г. Лассауэлл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарфельд, Р. Мертон, Ю. Хабермас, С. Московичи, А. Менегетти). На идеи о рекламе как разновидности передачи информации оказала влияние теория информации и новая для XX в. наука – кибернетика (Н. Винер, К. Шеннон, С. Бир и др.). Культурно обоснованный под ход к рекламе стал возможен благодаря работам М. Бахтина, А. Моля, Ю. Лотмана [1, с. 13 – 15]. Политическая нестабильность, высокая социальная напряженность и боевые действия на территории Республики оказывают крайне негативное влияние на экономическую ситуацию в целом и, как следствие, на развитие рекламного рынка. Поэтому необходимы дополнительные исследования состояния и тенденций развития рекламного рынка ДНР в таких сложных условиях.

Цель статьи – выявление проблем наполненности рекламного рынка Донецкой Народной Республики, особенностей и перспектив развития рекламного бизнеса в условиях перехода на новые государственные стандарты.

Изложение основного материала. В условиях перехода на новые государственные стандарты, рекламный бизнес так же, как и многие другие сегменты рынка подвергся негативному влиянию кризисных явлений. Официальная статистика, по разным причинам, не отражает всей полноты картины. Но даже в цифрах статистических ведомств видна тревожная картина. Так, по данным официальной статистики (ДонОГА, Государственная служба

статистики) промышленное производство Донецкой области за январь 2015 года сократилось по сравнению с декабрем 2014 года на 18,5 %, по сравнению с январем 2014 года – на 49,9 %, то есть в 2 раза. Проблемы в промышленности дополняются резким спадом в сфере услуг и коллапсом финансово-банковского сектора регионов. В кризисных условиях представители так называемого «малого» и «среднего» бизнеса активно сворачивают свою деятельность на Донбассе. В частности, цифры статистики фиксируют замедление роста оборота розничной торговли в Донецкой области на 67,7 %, до 8,98 млрд грн [5]. Экономика предприятий рекламной сферы уже с января 2014 года стала переживать тяжелый отраслевой кризис. Ранее в Донецке существовало порядка 200 рекламных организаций разного цикла, которые предоставляли полный спектр услуг, компании имели собственное современное производство, включающее в себя цех по производству наружной и интерьерной рекламы и печатный цех, оснащенный современным японским и европейским оборудованием для широкоформатной, интерьерной, офсетной печати. Бизнес живет, пока есть денежный поток, а он есть, пока есть клиенты. Рекламодатели, переживая резкий спад спроса, массово прекращают рекламировать свои товары и услуги, замораживают бизнес, закрывают салоны и магазины, опасаясь мародерства и боевых столкновений на территории области. Так, уже в июне 2014 года рынок наружной рекламы потерял практически всех местных клиентов. По данным мониторингового агентства DOORS consulting, средняя загрузка плоскостей формата 3x6 м. в Донецке и Макеевке в период с февраля по июль значительно снизилась. Если в марте она составляла 50 %, в июне опустилась ниже 40 %, в июле составила всего 15 %, в августе загрузка стремится к нулю. «Учитывая то, что точка безубыточности рекламной сферы соответствует 50-ти процентной загрузке формата 3x6, можно констатировать, что экономика рекламной отрасли в Донецке пересекла критическую черту». Единственный фактор, который до недавнего времени замедлял падение экономики предприятий рекламного сектора – это годовые контракты с сетевыми агентствами, работающими по всей Украине. Они помогают агентствам держаться на плаву. Но и крупные заказчики стали массово сокращать рекламные бюджеты и выставляют требования о скидках до 80 %. Руководитель агентства «Борды Украины Медиа» делает акцент на том, что банкротство рекламной отрасли влечет за собой социальные последствия: на Донбассе в сфере рекламы трудятся порядка 1,5 тысяч специалистов. Большинство из них – рабочие, обслуживающие рекламные конструкции: поклейщики, декораторы, электрики, водители. Практически все из них полностью беззащитны перед ударившим кризисом. Невыплаты зарплаты, не говоря о сокращениях штата, поставили этих людей на порог выживания. Операторы наружной рекламы делают все возможное для того, чтобы защитить своих сотрудников от социальных угроз.

Однако экономические показатели работы предприятий говорят сами за себя. Так, совокупный оборотный капитал операторов наружной рекламы в июле 2014 г. в г. Донецк составил порядка 850 тыс. грн. при ежемесячном платеже за временное пользование местами для размещения специальных конструкций в размере 2,8 млн. грн. В г. Макеевка ситуация не лучше: при совокупных затратах на землю в 200 тыс. грн., оборотный капитал всего рынка в июле составил порядка 40 тыс. грн. Отсутствие денежных средств у операторов влечет за собой рост кредиторской задолженности перед местным бюджетом и другими социальными выплатами, в том числе выплатам заработной платы. При всем желании сохранить активы без соответствующей поддержки властей, причем как местного уровня, так и национального, операторы не смогут. Банкротство рекламных агентств приведет к обрушению рынка наружной рекламы, а, следовательно, к наличию безнадежных долгов, росту безработицы и нарастанию социальной напряженности [4, с. 76 – 78]. «Цифры однозначно говорят о том, что операторы наружной рекламы в настоящий момент не имеют ресурсов для оплаты мест размещения рекламных конструкций. Фактически, рекламный рынок Донбасса является банкротом со всеми вытекающими последствиями, в том числе социальными. Чтобы не допустить окончательного развала, необходима поддержка государственных органов всех уровней [2]. Нужны огромные усилия лучших умов для экономической перестройки. Как только начнет заново развиваться малый, средний и крупный бизнес, рекламный рынок также начнет наполняться. Сейчас остро стоит вопрос об отмене платы за временное пользование местами для размещения специальных конструкций, тем временем принятое. Советом Министров ДНР «Временное положение о порядке регистрации средств наружной рекламы на территории Донецкой народной республики» определяет порядок проведения государственной регистрации всех видов наружной рекламы, а также порядок взятия на учет незарегистрированных средств наружной рекламы. «Временное положение» будет действовать до принятия Народным советом ДНР

закона о рекламе. Согласно временному положению все владельцы наружной рекламы должны произвести регистрацию своих конструкций в Министерстве информации ДНР в двадцатидневный срок с момента принятия данного положения. Не зарегистрированные в установленный срок конструкции подлежат передаче во временное управление агентство по рекламе и массовым коммуникациям ГП «ПРОДВИЖЕНИЕ». После регистрации владелец конструкции получит специальный стикер с регистрационными данными, который он обязан закрепить на рекламную конструкцию. Также будет произведен мониторинг технического состояния рекламных конструкций, владельцы которых обязаны будут привести их в порядок. После того, как все организационно-технические моменты будут приведены в порядок, в ход пойдет креатив и изобретательность современных маркетологов и дизайнеров, у которых есть хорошая почва для внедрения новых идей и технологий для развития рекламы [5].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Безусловно, рекламный рынок Донецкой Народной Республики находится в глубокой рецессии. Это обусловлено боевыми действиями на территории Республики, общей политической нестабильностью, кризисными явлениями в мировой экономике. Следует учитывать тот фактор, что в Республике сложились неблагоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса, которые, в свою очередь, являются основными потребителями услуг рекламного рынка. Стоит отметить и тот факт, что на данный момент проводится разработка законопроекта, который будет регламентировать рекламную деятельность на территории Донецкой Народной Республики. Все же без мер государственной поддержки данный вид деятельности на сегодняшний день не может обойтись. Следует разработать государственную программу целевой помощи в развитии рекламного бизнеса как перспективного вида деятельности на территории Республики, с целью сохранения кадрового потенциала, ресурсного потенциала и материально-технической базы в данном виде деятельности.

Литераура

1. Рожков И. Я. Международное рекламное дело. – М.: ЮНИТИ, Банки и биржи, 2004. – 467 с.
2. Интернет–ресурс: http://www.dms.ua/presscenter/news/reklamnyy_biznes_v_zone_ato/
3. Ротман Е. Реклама в системе маркетинга: учеб. пособие. – М., 2009.
4. Серегина Т. К., Титкова Л. М. Реклама в бизнесе: учеб. пособие. – М., 2013. – 445 с.
5. Интернет ресурс: <http://www.donetskie.com/themes/advertising/>

УДК 658.821

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Константинова М. А.,

студентка кафедры экономики предприятия,

Шатохина Н. П.,

*к. филос. н., старший преподаватель кафедры философии и психологии,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В данной статье рассматриваются наиболее рациональные и приемлемые пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях современного рынка, проводится анализ разных теорий конкурентоспособности, выделяются ее основные факторы и составляющие.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, маркетинг, индикаторы, стратегия, товар, продукт.

This article discusses the most rational and acceptable ways to enhance the competitiveness of companies in today's market, the analysis of different theories of competitiveness, it highlighted major factors and components.

Key words: competitiveness, enterprise marketing, indicators, strategy, product.

Постановка проблемы. В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно

информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблему конкурентоспособности предприятия начали рассматривать в структуре научного анализа ещё в конце XIX столетия. Феномен конкурентоспособности в аспекте поведенческой трактовки исследовал А. Смит. В начале XX столетия получила распространение структурная трактовка конкурентоспособности. Её основными представителями принято считать К. Викселля, А. Курно, А. Маршалла, Дж. Робинсона, Э. Чемберлена, Ф. Эджуорта. Сейчас среди современных исследователей данного направления можно выделить таких учёных, как: Д. Воронов, К. Кудрявцев, О. Оковкина, Э. Фаизова, А. Чупайда.

Актуальность. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворённостью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнёров, престижностью работы на данном предприятии. На сегодняшний день, когда мировой рыночный спрос превышает предложение, проблема конкурентоспособности стоит как никогда остро и требует особого внимания.

Цель статьи. Цель данного исследования заключается в рассмотрении разных теорий конкурентоспособности и выделении её основных аспектов и составляющих.

Изложение основного материала исследования. Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющей его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащённость, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость. При прочих равных условиях важнейшую роль приобретает маркетинговая составляющая конкурентоспособности предприятия. Маркетинг ориентирован на выявление наиболее значимых потребностей клиентов, учёт изменений потребительских предпочтений, оценку перспективности сегментов рынка, разработку и претворение действенных стратегий по повышению конкурентоспособности.

Необходимым условием определения конкурентоспособности выступает наличие конкуренции. Конкуренция осуществляется на рынке – условном месте купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок, которые осуществляются в определенных по интенсивности условиях конкуренции с соблюдением этических и правовых норм и правил. Конкурентоспособность товара – способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Она определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами, с другой – ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса. Таким образом, конкурентоспособность товара – это рыночная характеристика, совокупность его преимуществ на рынке, способствующих успешной реализации в успешной конкуренции. Данное понятие определяется системой технических, потребительских и экономических показателей: техническим уровнем продукции, функциональными, социальными, эстетическими и другими полезными свойствами, ценой покупки и затратами на потребление. Оценка проводится путем сравнения этих показателей с товаром-конкурентом, перспективными образцами и нормативами. У разных авторов в определениях конкурентоспособности по значимости лидируют качество, полезность, соотношение «цена – качество», привлекательность, способность к реализации, умение выдерживать конкуренцию и т.д. Нам представляется, что конкурентоспособность – комплексный показатель товара, результат работы всех элементов маркетинга, обеспечивающий конкурентное преимущество на рынке. Определение конкурентоспособности предприятия – более сложный процесс, который подразумевает способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на высоком

уровне. В основе формирования конкурентоспособности предприятия лежит система его конкурентных преимуществ. На базе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам:

- отношение к системе;
- сфера возникновения преимущества;
- содержание фактора преимущества;
- время реализации преимущества;
- место реализации преимущества;
- вид получаемого конечного результата.

Классификация перечисленных конкурентных преимуществ с последующим их кодированием необходима для автоматизации процесса учёта и анализа конкурентоспособности объектов [1, с. 35]. Факторы конкурентного преимущества организации подразделяются на внешние (проявление которых в малой степени зависит от организации) и внутренние (почти целиком определяемые руководством организации). К типовым конкурентным преимуществам относятся структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективности. В качестве индикаторов конкурентоспособности Т. Данько предлагает использовать также размер относительной доли рынка, величину издержек, отличительные свойства товаров, степень освоения передовых технологий, метод продаж, известность фирмы, ее имидж [2, с. 108]. При всем многообразии трактовок конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие характерные признаки:

- большинство авторов не всегда рассматривают понятие «конкурентоспособность предприятия» с точки зрения занимаемой им доли рынка и конкурентоспособности продукции;
- конкурентоспособность предприятия характеризует величину и эффективность использования всех его ресурсов;
- конкурентоспособность предприятия развивается во времени, изменения зависят как от внешних, так и от внутренних факторов;
- конкурентоспособность – относительный показатель. Базой для сравнения выступают аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий-конкурентов либо идеальных эталонных предприятий;
- конкурентоспособность продукции и предприятия – взаимосвязанные понятия;
- конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке;
- конкурентоспособность предприятия – это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;
- конкурентоспособность предприятия показывает уровень развития данной фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности клиентов и по эффективности производственной деятельности;
- конкурентоспособность предприятия характеризует его привлекательность для инвестора.

На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние экологическая и социальная среда. Конкурентоспособностью продукции можно и нужно управлять, поскольку она играет большую роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Моделирование показателей конкурентоспособности проводится на стадии проектирования товара. Задача специалистов по маркетингу в этой части работы заключается в нахождении параметров качества, послепродажного обслуживания, сервиса, цены, которые обуславливают конкурентоспособность изделия, программируя его успех на рынке. В основе обеспечения конкурентоспособности товара на рынке лежит соотношение качества, сервиса и цены. Конечно, причиной удачи или неудачи может быть влияние других факторов (рекламы, престижа марки и др.). Но конкурентоспособность закладывается на этапе проектирования и производства, поэтому ограниченно поддается влиянию маркетинга в ходе бытовой деятельности. Обеспечение конкурентоспособности – это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т. е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции.

Как правило, усилия направляются на достижение следующих целей:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного оборудования;
- стимулирование маркетинговых усилий.

Составляющие элементы конкурентоспособности являются многофакторными характеристиками, которые рассматриваются как самостоятельные объекты управления. Особую роль в повышении конкурентоспособности играет стратегический подход в управлении конкурентоспособностью предприятия. Выделяют следующие основные стратегии:

- виолентная (силовая),
- пациентная (нишевая),
- коммутантная (соединяющая),
- эксплерентная (пионерская) [3, с. 98].

В теории конкурентных преимуществ М. Портера рассматриваются два основных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в маркетинге – это конкурентное преимущество в товарах и услугах, которые в большей степени удовлетворяют потребителя, чем товары конкурента. Преимущество в издержках – это конкурентное преимущество, возникающее благодаря более низким производственным и маркетинговым затратам, чем затраты конкурентов, что позволяет компании снизить цены или использовать экономию на рекламу и распределение. Фирма, добивающаяся преимуществ в маркетинге, в большей степени ориентирована на потребителя, чем фирма, стремящаяся к преимуществам в издержках, которая, однако, тоже не может игнорировать потребителей, иначе преимущество окажется непрочным. Маркетинговое преимущество на рынке в целом означает, что некоторые свойства товара или услуги данной компании предпочтительнее, чем у компании-конкурента. Обычно оно основано на уникальности продукта [4, с. 55].

Для обеспечения конкурентоспособности предприятий может быть рекомендована система обеспечения конкурентоспособности. В теории проблема обеспечения конкурентоспособности выпускаемых товаров рассматривается одновременно как структура и как процесс. Обеспечение конкурентоспособности как структура – это система, состоящая из внешнего окружения организации (вход, выход, связи с внешней средой, обратная связь) и её внутренней структуры, нацеленной на обеспечение конкурентоспособности выпускаемых товаров. Система обеспечения конкурентоспособности как процесс – это реализация взаимосвязанных научных подходов, принципов, методов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем функциям управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов и нацеленных на обеспечение конкурентоспособности выпускаемых товаров. При сравнительной оценке эффективности маркетинговой деятельности фирм-конкурентов (в целом по совокупности деятельности на всех рынках или относительно отдельных рынков) могут быть использованы следующие критерии, сгруппированные по элементам комплекса маркетинга.

1. Продукт: марка продукта; разнообразие номенклатуры (ассортимента) продуктов; интегральный показатель уровня качества продукта; качество упаковки; уровень предпродажной подготовки; уровень послепродажного обслуживания; рыночная доля; скорость изменения объёма продаж).

2. Цена: уровень цен; гибкость ценовой политики; назначение цен на новые товары.

3. Распределение продукта: объём реализации по разным каналам сбыта; численный состав сотрудников сбытовых служб и торговых агентов; уровень их квалификации; эффективность работы каналов сбыта (соотношение объёма реализации с затратами по созданию и функционированию отдельных каналов сбыта); использование инструментов прямого маркетинга.

4. Продвижение продукта (уровень рекламной деятельности) оценивается по следующим показателям: бюджет рекламной деятельности; виды рекламы; используемые СМИ; характеристика отдельных направлений рекламных кампаний; уровень и методы стимулирования сбыта (отдельно для работников сбытовых служб предприятия, торговых организаций и потребителей); использование персональной продажи (число привлекаемых торговых агентов, объём их продаж в общем объёме реализации, оплата и стимулирование их труда и т. п.); использование инструментов связей с общественностью (наличие специального подразделения или отдельных сотрудников, осуществляющих связь с общественностью, оплата и премирование их труда, используемые инструменты: презентации, пресс-релизы и т.п.).

Для достижения конкурентоспособности предприятия необходимо:

1) обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. Под конкурентоспособностью товара подразумевается свойство товара, на основе которого данный товар превосходит в определённый момент времени по качественным и ценовым характеристикам аналоги в конкретном сегменте рынка без ущерба для производителя;

2) поднять потенциал конкурентоспособности предприятия, а, следовательно, и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли. Этот показатель характеризует возможность успешной работы организации в будущем.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определённым набором внутренних конкурентных преимуществ, количественную оценку факторов можно представить в следующем виде:

- конкурентоспособность изделия;
- финансовое состояние предприятия;
- эффективность маркетинговой деятельности;
- рентабельность продаж;
- имидж (марочный капитал) предприятия;
- эффективность менеджмента.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и её практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Литература

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М., 2000. – 223 с.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом. М., 2004. – 206 с.
3. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Основы управления конкурентоспособностью. – Саратов, 2005. – 230 с.
4. Портер М. Конкуренция. – М., 2000. – 150 с.

УДК 334. 72:504

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В СФЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ

Кошман К. В.,

*студент кафедры экономики предприятия,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье рассматриваются основные направления социальной ответственности бизнеса. Имеется основной перечень экологических проблем, которые предприятия решают только при условии экологически ориентированной хозяйственной деятельности а также основные причины, влияющие на ответственность бизнеса в сфере реализации экологических программ.

Ключевые слова: *Социальная ответственность бизнеса, экологически ориентированная хозяйственная деятельность, рациональное природопользование, экологические проблемы.*

This article discusses the main directions of social responsibility. There is a core set of environmental problems that businesses decide only on the condition of environmentally oriented business, as well as the main factors influencing the business responsibility in the implementation of environmental programs.

Keywords: *Social responsibility of business, environmentally-oriented economic activities, environmental management, environmental problems.*

Постановка проблемы в общем виде. Исследование данной темы даёт понять, что в настоящее время социально-экологическая проблема очень актуальна, так как большинство предприятий наносят непоправимый вред окружающей среде. И поэтому важно рассмотреть и изучить все причины и факторы, способствующие тому, чтобы организации компенсировали свой непоправимый вред природе.

Цель статьи. Изучить все виды социальной ответственности и наиболее значимые экологические проблемы, решаемые компаниями. Рассмотреть основные инструменты, которыми пользуются социально и экологически ответственные компании.

Изложение основного материала. Социальная ответственность бизнеса в сфере реализации экологических программ представляет собой осознанное и мотивированное участие бизнеса в разнообразных мероприятиях, направленных на предупреждение и минимизацию негативных воздействий на окружающую среду, рациональное природопользование, экономию сырьевых и энергетических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности, вовлечение отходов в хозяйственный оборот, предупреждение аварийных и чрезвычайных ситуаций, поддержку мер по охране здоровья, сохранению культурно-исторического наследия, биоразнообразия и особо охраняемых природных территорий, сохранению исчезающих биологических видов и др. Рассматривая деятельность компаний в аспекте социально-экологической ответственности, следует отметить, что все компании, которые занимаются решением экологических проблем, можно условно разделить на две группы: компании, которые при решении экологических проблем получают реальную экономическую выгоду, например, внедряя ресурсосберегающие технологии и тем самым снижая себестоимость продукции; компании, которые занимаются решением экологических проблем ради создания положительного имиджа, считая, что основная цель их деятельности – получение прибыли.

Во всём мире наиболее значимыми для социально-ответственных компаний являются следующие экологические проблемы, которые можно решить только при условии экологически ориентированной хозяйственной деятельности: загрязнение всех компонентов природной среды (атмосферы, водных объектов, почв и др.), превышающее ассимиляционный потенциал экосистем; истощение невозобновляемых природных ресурсов (нефть и др.) и некоторых возобновляемых природных ресурсов (пресная вода, леса и др.); снижение и утрата биологического разнообразия. Необходимость сохранения мест обитаний флоры и фауны, целых экосистем: исчезновение одного вида животных или растений, нарушение ландшафта может повлечь за собой необратимые последствия для экосистемы в целом; изменение климата, которое может привести к необратимым последствиям: например, таяние ледников может привести к повышению уровня мирового океана и затоплению больших территорий, а также к дефициту пресной воды в тех регионах, где население пользуется водой из рек с ледниковым питанием. Для решения этих проблем социально и экологически ответственные компании используют в своей практике следующие инструменты: оценку воздействия на окружающую среду (включая стратегическую экологическую оценку) при разработке стратегий и планов экономического развития; экологический аудит, позволяющий на раннем этапе выявлять природоохранные нарушения; экологическое страхование, предусматривающее возмещение вреда окружающей среде; сертификацию на соответствие положениям экологических стандартов (международные стандарты серии ИСО 14000, относящиеся к экологическому менеджменту; международный стандарт ИСО 19011, относящийся к аудиту систем менеджмента качества и/или систем экологического менеджмента; национальные стандарты серии «Ресурсосбережение» и серии «Охрана природы»); внедрение концепции технологического нормирования на основе наилучших доступных технологий; социальную отчетность, содержащую экологический компонент. Под социальной ответственностью бизнеса понимается и благотворительность, и меценатство, и корпоративная социальная ответственность, и социально-маркетинговые программы, и спонсорство, и филантропия и т. д. Следовательно, социальная ответственность бизнеса – это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют. Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

1. Базовый уровень социальной ответственности бизнеса предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности – предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

2. Второй уровень социальной ответственности бизнеса предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван «корпоративной ответственностью».

3. Третий, высший уровень социальной ответственности бизнеса предполагает благотворительную деятельность.

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- безопасность труда;
- стабильность заработной платы;
- поддержание социально значимой заработной платы;
- дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;
- оказание помощи работникам в критических ситуациях.

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести: спонсорство и корпоративная благотворительность, содействие охране окружающей среды, взаимодействие с местным сообществом и местной властью, готовность участвовать в кризисных ситуациях, ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

Типы социальных программ: собственные программы компаний; программы партнёрства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления; программы партнёрства с некоммерческими организациями; программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями; программы информационного сотрудничества со СМИ. Мероприятия по решению социальных проблем способны консолидировать усилия самых различных сил – как политической, так и экономической направленности. В данной работе объективно заинтересованы и предприниматели, поскольку улучшение условий жизни способствует решению целого ряда экономических задач – например, расширению внутреннего рынка, повышению платёжеспособного спроса, росту квалификации кадров и качества труда. То есть бизнес в этом вопросе – естественный партнёр и помощник государства. Под социальной ответственностью бизнеса во всём мире понимаются как программы, предназначенные для сотрудников частных компаний, так и мероприятия по защите окружающей среды, поддержке социально незащищённых категорий населения, сохранению и развитию жилищно-коммунального хозяйства и памятников культуры, спонсорская помощь образовательным и спортивным организациям, различные благотворительные акции и т. д. Но если всё же отойти от общемирового понимания «соответственности», то ответственность по-русски – это реагирование на государственные социальные вызовы. Социальная ответственность бизнеса не может быть равнозначной и единой для бизнеса крупного, среднего и малого. В малом бизнесе социальная миссия заложена изначально, оно по определению самое массовое. Это главный резерв и источник создания рабочих мест, реальный инструмент удовлетворения потребительских и социальных запросов населения, а значит, действенный механизм борьбы с бедностью и насыщения рабочими местами рынка труда. В настоящее время весьма интересна роль государства, которое повсеместно вмешивается в деятельность хозяйствующих субъектов. «Социальные» инициативы компаний общество воспринимает в лучшем случае как нечто должное, а в худшем – местные власти к этому бизнесу просто принуждают, причём зачастую, не выбирая средств. Сегодня особенно актуален тезис о том, что неэффективная система социальной ответственности бизнеса может обернуться глобальной неконкурентоспособностью всей экономики страны. Малое предпринимательство нуждается не в понуканиях на пожертвования, а в стимулах со стороны государства на развитие [2].

Сегодня социальная ответственность бизнеса признана важнейшей составляющей долгосрочной стратегии устойчивого развития страны. В этой связи значительное внимание уделяется продвижению идей корпоративной социальной ответственности, созданию благоприятных условий для социально ответственного поведения предприятий. Социальная ответственность, понимаемая как участие бизнеса в гармоничном развитии общества, на сегодняшний день является определяющей в оценке деятельности менеджеров и работодателей. Многие предприятия разрабатывают и реализуют собственные социальные программы, поддерживают проекты, инициированные общественно-политическими структурами, оказывают благотворительную помощь учреждениям образования, здравоохранения, культуры,

общественным организациям. Примером такой организации является косметическая компания Ив Роше (Yves Rosher). Фонд Ив Роше способствует проведению локальных и глобальных мероприятий по защите природы, содействует развитию и распространению знаний в сфере экологии в более чем в 50 странах мира. Фонд Ив Роше был создан в 1991 году, с 2001 он находится под эгидой Института Франции. Миссия Фонда «Чтобы мир стал более зеленым» осуществляется по двум основным направлениям: Премия «Земля Женщин» и Проект «Озеленим Планету Вместе». Институт Франции создан в 1795 году и является старейшим и наиболее престижным учреждением, которое занимается меценатством и распоряжается средствами от дарений и завещаний. На протяжении более двух столетий Институт представляет всему миру блистательную интеллектуальную и научную элиту Франции. Его деятельность стала возможной благодаря щедрым меценатам, частным лицам или предприятиям, как национальным, так и международным. Так, предприятие Ив Роше, которое более 50 лет борется за бережное отношение к природе, за здоровье и красоту женщины, имеет возможность получать компетентные советы академиков [3]. Ежегодно компания Ив Роше проводит мероприятия, которые призывают всех женщин планеты охранять и заботиться об окружающей среде. Премия «Terre de Femmes – Земля Женщин» была создана в 2001 году для награждения женщин, которые, заботясь об общем благе, создают и активно развивают проекты, направленные на защиту природы и окружающей среды. Проект «Земля Женщин» – это не просто денежная премия, это, прежде всего, знак благодарности, внимания и поддержки тем женщинам, которые проявляют инициативу, действуют, и тем самым подают пример – как сделать наш мир зеленее. Представители компании считают, что женщины в большей степени вовлечены в борьбу за защиту планеты. Безусловно, в силу того, что они дают новую жизнь, они больше, чем мужчины, ощущают необходимость наследования. Они наделены также большей способностью долгосрочного планирования. На семинары и симпозиумы также приходит много мужчин, но в деле – женщины впереди! Премия «Terre de Femmes – Земля Женщин» с почётом присуждается женщинам, которые не ради славы и популярности трудятся на ниве защиты природы. Защита сосновых лесов в Польше и установка солнечных батарей на Мадагаскаре, защита крупных приматов в Габоне и размещение эко-кормушек на юге Франции. Разнообразие участников и акций, которые были награждены, свидетельствует о роли женщин, как решающего фактора в деле защиты природных ресурсов и пропаганде экологических знаний.

Каждый год, начиная с 2001, Фонд Ив Роше присуждает премию тем женщинам, которые борются за сохранение природы. В настоящее время за проведённые акции по защите и популяризации знаний о растительном мире были премированы 350 лауреаток. Благодаря женщинам, участвующим в проекте, были проведены акции в более чем 50 регионах мира (Португалия, Финляндия, Украина и Марокко недавно присоединились к Франции, Бельгии, Голландии, Швеции, Испании, Германии, Швейцарии, Польше, Чешской Республике, Канаде и России). Фонд Ив Роше позволяет человечеству принять активное участие в природоохранной деятельности. Участницы конкурса «Terre de Femmes – Земля Женщин» трудятся во имя благосостояния всего общества, проводят акции по защите растительного мира и по улучшению экологии во многих странах мира. Четыре года назад Украина вошла в список 15 стран, где вручается премия Фонда. В этом году за победу в национальном конкурсе соревновались 40 проектов. Состоялось вручение наград Премии Фонда Ив Роше под эгидой Института Франции «Земля Женщин» 2014 г. Уже в четвёртый раз Фонд Ив Роше (Yves Rocher Foundation) выбирал наиболее значительные проекты в области экологии, инициированные украинками. Торжественная Церемония награждения лауреаток Премии состоялась в марте 2014 г. в посольстве Франции в Украине в присутствии Чрезвычайного и Уполномоченного Посла Франции в Украине, господина Алена Реми, Директора Фонда Ив Роше под эгидой Института Франции, господина Клода Фромажо и Генерального Директора «Ив Роше Украина» Марины Репиной. Ив Роше участвует в проекте ООН «Озеленим Планету вместе: миллиард деревьев для планеты». С марта 2007 года Фонд Ив Роше взял обязательство перед PNUMO высадить 50 миллионов деревьев до 2015 года по всему миру (Бразилия, Индия, Мадагаскар, Франция, Австралия и т. д.), в том числе в Украине 200 000 деревьев до 2014 года. В Фонде Ив Роше работает Комитет, ответственный за выбор ассоциаций, специализирующихся в восстановлении леса, по определённым критериям (история и текущая ситуация, цель, количество деревьев для высадки и их виды, прогнозируемый процент выживания, тип функционирования лесных питомников, влияние проекта на биоразнообразие, человеческие ресурсы и общественная польза). Кампания по высадке 1 миллиарда деревьев поддерживает

высадку деревьев локального происхождения и разнообразных видов, приспособленных к местному климату. На сегодняшний день уже более 17 миллионов деревьев посажено в 20 ареалах по всему миру: Индии, Бразилии, Сенегале, Буркина-Фасо, Мадагаскаре, Мексике, Эфиопии, Австралии, Франции, Марокко, Гаити, Эквадоре, Китае, Португалии, России, Польши и Германии. В 2012 г. к проекту «Озеленим Планету вместе» присоединилась Украина. Местом посадки деревьев в Украине были выбраны Бродовский и Жовковский районы Львовской области. Сохранить растительный мир – приоритет Фонда Ив Роше – Института Франции. Ведутся работы по созданию садов, охране видов и среды обитания, находящихся под угрозой. Фонд является экспертом в области лекарственных растений и исторических садов, созданных под средневековым влиянием в центре значительных памятников культуры и родовых поместий. Благодаря советам, экспертизам и подаренным растениям, фонд способствует созданию и поддержанию более 20 ботанических, исторических и лекарственных садов во Франции и за рубежом: имение Керазан, аббатства, Руйаомон и Фонтэвро. С момента своего создания Фонд Ив Роше разделяет мнение, что выживание и расцвет человека зависит от его гармоничных отношений с природой. Именно поэтому присуждается научная премия Terra Fisacia, с 2004 г. вознаградившая труд 3 исследователей, которые работают над изучением растительного мира и вопросами его бережного использования на благо человека.

Фонд также оказывает поддержку парфюмерным предприятием в Шали и двадцати ботаническим, историческим и лекарственным садам во Франции и за рубежом. Совместно с Фондом Ив Роше – Институт Франции парфюмерная фабрика в королевском аббатстве в Шали знакомят и взрослых с миром ароматов. Перед ней был высажен сад душистых растений, которые приглашают посетителей прикоснуться к своей листве и насладиться её благоуханием. Компания YVES ROSHER добровольно принимает на себя дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом. Мероприятиями компания YVES ROSHER демонстрирует свою социальную ответственности и благодарность природе, ресурсы которой она использует для создания натуральной растительной косметики. Рассмотрев пример социально ориентированной компании YVES ROSHER можем сделать вывод о том, что почти треть украинских компаний игнорируют социальную ответственности. Для большинства из них программы по социальной ответственности неактуальны из-за нехватки средств, а каждая десятая отечественная структура считает, что это функция государства, а не бизнеса, и лишь незначительная часть предприятий продемонстрировала абсолютное неприятие социальной ответственности. Наиболее распространённым направлением социальной ответственности для украинских предприятий являются трудовые практики, это: меры по увеличению оплаты труда, регулированию рабочего времени и отсутствию дискриминации при трудоустройстве. Статистические данные показывают, что только треть компаний осуществляют социальные инвестиции в развитие общества, чуть больше – предоставляют различную помощь региону, где расположены их предприятия. Для подавляющего большинства украинских компаний основным стимулом по внедрению социальной ответственности – это льготное налогообложение и уменьшение административного давления местных органов власти, и положительные примеры внедрения программ социальной ответственности в мире. Многие украинские компании согласны с тем, что программы по социальной ответственности принесли реальную пользу обществу и региону, повлияли на улучшение отношения сотрудников к структуре, повысили её репутацию и экономические показатели. Более 75 % отечественных компаний считают, что мероприятия по социальной ответственности влияют на возможности предприятия найти и удержать лучших работников, сформировать положительный имидж и улучшить репутацию, создать преимущества перед конкурентами. Результаты исследования подтвердили, что украинские структуры всё больше понимают и воспринимают социальную ответственность как инструмент повышения конкурентоспособности.

Вывод. Среди всех видов социальной ответственности, экологическая ответственность является наиболее важной. Ведь речь идёт не только о настоящем, но и о будущем нашей планеты. Бизнес наиболее ответственен за экологическую ситуацию. Поэтому необходимо, чтобы каждая организация взяла на себя социально-экологическую ответственность, разработав необходимый план действий. В Украине развитие социальной ответственности проходило по-особенному: компании брали на себя инициативу, развивали те или иные практики социально ответственного поведения, привлекали к этой деятельности потребителей, неправительственные организации, представителей власти на региональном и национальном уровнях. Сегодня отсутствие внешнего влияния, а точнее заказа, сдерживает развитие социальной

ответственности в нашей стране. Если в западноевропейских странах социальная ответственность возникла как ответ капитализма на недовольство «масс» и особенно ярко проявилась в экологических аспектах, то в Украине социальная ответственность стала привлекательной при переходе компаний к более цивилизованному бизнесу, то есть с краткосрочного мышления и модели бизнеса «здесь и сейчас получить максимум» на стратегически ориентированную парадигму. Несмотря на то, что социальная ответственность ещё не стала частью стратегического менеджмента для большинства украинских компаний, такой процесс уже постепенно набирает темпы.

Для большей эффективности и качества программ корпоративной социальной ответственности необходимо привлекать заинтересованные стороны, в том числе общественные организации, университеты, государства и др. В ближайшие десятилетия желательно иметь экономику с новой инновационной и технологической основой, важнейшей характеристикой которой будет минимальное воздействие хозяйственной деятельности на инновационную и технологическую основу и на окружающую среду.

Существует целая группа обязательств, которые украинские компании должны будут на себя принять. Это будет касаться большого количества промышленных предприятий Украины, которым предстоит привести свою деятельность в соответствие с европейскими нормами и улучшить качество социальной ответственности в сфере реализации экологических программ.

Литература

1. Коновалова Л. Н. Управление социальными программами компаний, 2005. – 375 с.
2. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. – М: Ассоциация менеджеров, 2010. – 230 с.
3. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.yves-rocher.ua/control/main>

УДК 657:622

**ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ
В РАСЧЁТАХ ЗА ТОВАРЫ И УСЛУГИ***Сало Е. С.,**магистрант кафедры учета и аудита,**Стрельников А. И.,**к. гос. упр., доцент кафедры учета и аудита,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье рассмотрены проблемы внедрения и дальнейшего использования электронных денег в расчётах за товары и услуги.

Ключевые слова: *электронные деньги; виртуальный кошелек; государственное регулирование; учет электронных денег; безопасность расчетов в Интернете.*

The article considers the problems of implementation and further use of electronic money in payment for goods and services.

Key words: *electronic money; virtual wallet; government regulation; electronic money account; secure transactions in Internet.*

Постановка проблемы в общем виде. В последние десятилетия в экономически развитых странах мира вводятся инновации в различные сферы общественной жизни. Особое внимание при этом уделяется развитию информационных технологий, что приводит к глобальным преобразованиям в системе финансовых услуг. Среди технических новшеств следует выделить электронизацию товарно-денежного обмена, в частности, внедрение электронных денег. Глобальное технологическое развитие и широкое распространение электронных платёжных систем создаёт значительные преимущества для функционирования неналичных форм расчётов. Всё большую актуальность приобретают вопросы места и сущности электронных денег в современной финансовой системе. Однако это средство платежа, несмотря на широкое использование в системе расчётов, остаётся недостаточно исследованным объектом в научной экономической литературе.

Актуальность темы обусловлена необходимостью более глубоких теоретических исследований и методических разработок в сфере регулирования системы электронных расчётов.

Анализ последних исследований и публикаций. Определение нерешённых вопросов. Вопросам исследования сущности, роли, а также особенностей использования и учёта электронных денег в Украине посвятили свои труды такие учёные-экономисты, как: А. Бодюк, И. Грубин, Т. Валентинова, А. Махаева, В. Мищенко, М. Свалка и другие. В то же время следует отметить, что детальные исследования этих вопросов не проводились. Это значительно усложняет практическое использование электронных денег и тормозит развитие системы электронных расчётов.

Общая цель. Целью данной статьи является исследование сущности понятия «электронные деньги» и их особенностей, определение направлений их практического использования.

Изложение основного материала исследования. Обоснование полученных результатов. Термин «электронные деньги» является относительно новым, его довольно часто употребляют наряду с платёжными инструментами, которые основаны на инновационно-технических решениях. Итак, электронные деньги – это магнитные носители платёжной информации, которые заменяют бумажные деньги, чеки и другие денежные документы в безналичных расчётах между клиентами и банками с помощью электронно-информационных систем. Это электронный аналог наличных денег, который существует в виде электронных записей, например, в виртуальных кошельках в Интернете. По сути, это условные знаки, которые привязаны к курсу определённой валюты (гривны, доллара, рубля и других), существующие только в сети Интернет [1]. Виртуальный кошелек – аналог счёта в банке, который используется на специальном сайте для операций с электронными деньгами, а также для их учёта. Система электронных денег – это совокупность виртуальных кошельков, в которых для осуществления платежей используются электронные деньги [2].

Использование электронных денег имеет свои преимущества и недостатки, которые указаны на рис. 1.

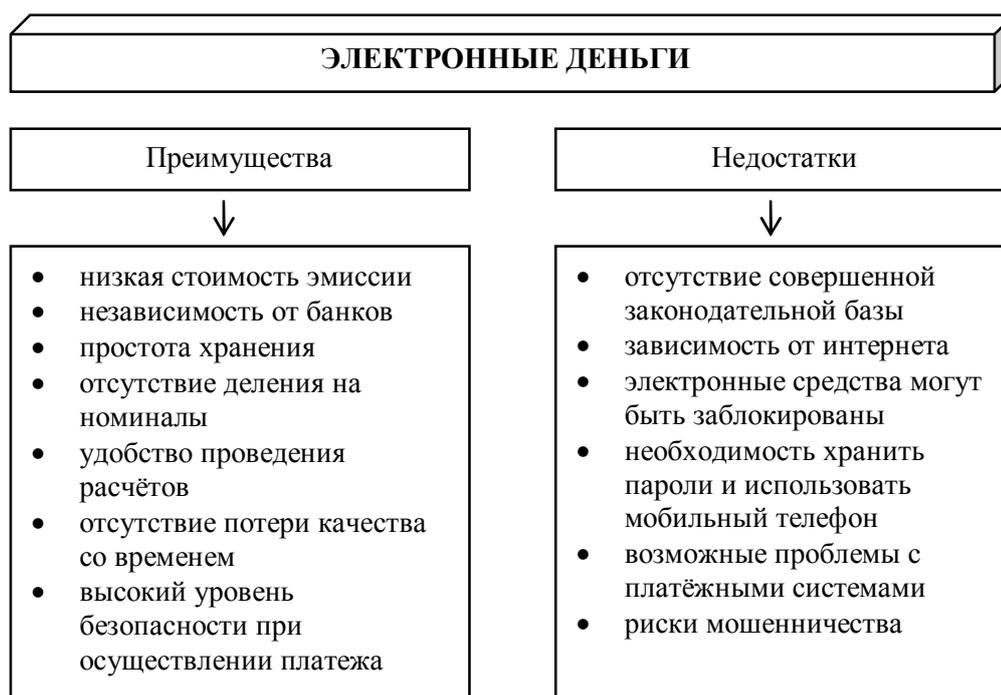


Рис. 1. Преимущества и недостатки использования электронных денег

По своей сути такие деньги мало чем отличаются от обычных: ими можно рассчитываться за товары, работы и услуги. Покупатели могут превращать «живые» деньги в электронные, а продавцы – делать обратную операцию, и при этом в удобном режиме «онлайн». Но всё же электронные деньги имеют свои особенности:

1) эмитентами электронных денег являются системы, осуществляющие организацию Интернет-транзакций;

2) системы эмиссии электронных денег бывают, как минимум, двух видов: те, которые эмитируют электронную наличность сразу по поступлению реальных денег на банковский счёт системы, и те, которые осуществляют эмиссию только при прохождении платежа;

3) электронные деньги являются средствами расчётов, выпущенными под обеспечение реальными деньгами [3].

Оценка клиентской базы крупнейших игроков на рынке электронных денег и электронных расчётных технологий, например, в Украине по состоянию на конец 2014 года показывает следующее (табл. 1).

Таблица 1

Оценка клиентской базы на рынке электронных денег

№ п/п	Компания	Количество пользователей в Украине, тыс. чел
1.	« Гривневый сегмент»	
а)	WebMoney (WMU)	2000
б)	НСМЭП	2700
в)	LiqPay	нет данных
2.	« Негривневый сегмент»	
а)	Яндекс.Деньги	585
б)	QIWI	нет данных
в)	PayPal	нет данных

Как видно из данных таблицы, крупнейшими игроками на рынке являются НСМЭП и WebMoney (WMU). Другие компании или только начали работу на украинском рынке, или не раскрывают информации по Украине, считая её конфиденциальной [4]. Рассмотрим их деятельность на рынке Украины более детально.

«Национальная система массовых электронных платежей» (НСМЭП) – внутригосударственная банковская платёжная система, в которой функционирование электронных денег реализовано с помощью использования платёжной карты с электронным чипом. По состоянию на 01.12.2014 года членами НСМЭП являются 59 банков и 9 небанковских учреждений. Пластиковая карточка НСМЭП – это пластиковая чип-карта стандартного размера, в которую вмонтирован микропроцессор. Она сохраняет в электронном виде информацию о средствах владельца.

Главным отличием данных карт является отсутствие на них привычной магнитной полосы и наличие квадратного чипа с микропроцессором. Такой тип карт называют старт-картами, и для них необходимы специальные банкоматы, терминалы и другие устройства для считывания. На карте есть две ячейки памяти: чек и кошелек. С помощью кошелька осуществляются мелкие расчёты (ежедневные покупки в магазине и т. д.). С помощью чека можно осуществлять оплату более значительных покупок (товары бытового назначения, одежда), проводить расчёты за коммунальные услуги и т. д. Основными преимуществами данных карт является достаточно высокая степень их защищённости (их почти невозможно подделать, и до сих пор в Украине не было зафиксировано фактов мошенничества с данным карточкам), срок действия обычно составляет 5 лет (это больше, чем карточки Visa и MasterCard). На карте существует два типа счёта: «электронный чек» (данному счёту соответствует реальный банковский счёт, с ним выполняются операции до 50 тыс. грн. с обязательным введением ПИН-кода) и «электронный кошелек» (операции в пределах одной тысячи гривен без введения ПИН-кода). Необходимо отметить, что в системе существует возможность получения анонимного «электронного кошелька» – в этом случае не нужно заключать договор с банком, и информация о владельце карточки не вносится в базу данных.

Среди недостатков данной системы необходимо отметить ограниченность территории использования (поддерживается только в пределах Украины), недостаточное покрытие Украины сетью банкоматов и терминалов, обслуживающих НСМЭП. Webmoney.ua является старейшим участником рынка расчётных технологий в Украине. Система предлагает пользователям как онлайн-расчёты, так и технологию мобильных расчётов. С помощью WebMoney обеспечивается равенство контрагентов и высокая скорость выполнения транзакций.

В Украине данная система официально начала работать в 2003 году. Украинская компания-гарант системы расчётов WebMoney является резидентом Украины, работает в соответствии с украинским законодательством и использует оригинальную систему расчётов с использованием движения имущественного права на средства в банке, в соответствии с нормами Гражданского кодекса Украины. Сегодня в системе доступно несколько электронных валют, которые эквивалентны «бумажным» деньгам. Среди них WMZ (доллар США), WMR (российский рубль), WMU (украинская гривна). Способы пополнения (перевод) в наличные средств в WebMoney: обменные пункты, электронные киоски, интернет-сервисы обмена валют. Пользуясь электронным кошельком Webmoney, можно осуществлять транзакции в виде передачи денежных прав требования как в пользу другого пользователя, имеющего зарегистрированный электронный кошелек в системе, так и в пользу других третьих лиц, принимающих такие права требования в качестве оплаты за товары и услуги. История транзакций (передачи WMU) отображается в истории («выписке») по кошельку обоих контрагентов и хранится в базе данных системы. В 2014 году услугами WebMoney (WMU) в Украине пользовались около 3 млн чел., имеющих открытые электронные кошельки в гривнах, что позволяет считать её одним из крупнейших игроков на отечественном рынке электронных расчётных технологий. По данным представителей компании, количество внутрисистемных гривневых транзакций в 2014 году составила 15 млн шт. «Яндекс.Деньги» – одна из самых распространённых и масштабных платёжных систем в российском сегменте Интернет. Она создана разработчиками известной поисковой системы Яндекс и системы электронных переводов Paycash. Объём электронных платежей в системе за 2013 год составил 1110000000 долларов. По состоянию на начало 2014 года система насчитывала более 9000000 счетов. Пользователям системы предоставляется возможность регистрации двух различных типов кошельков: «Интернет.Кошелек» и «Яндекс.Кошелек». «Интернет.Кошелек» – это специализированное программное обеспечение, которое пользователю необходимо установить на свой компьютер для открытия счёта в системе. Пользование электронными деньгами осуществляется с помощью данной программы.

«Яндекс.Кошелек» – это виртуальный кошелек, регистрация которого осуществляется на официальном сайте платёжной системы. Доступ к электронным деньгам осуществляется через веб-интерфейс, а поэтому проведение операций возможно с любого компьютера, имеющего доступ в Интернет. «Яндекс.Кошелек» и «Интернет.Кошелек» функционируют независимо друг от друга, т. е. с помощью одного из названных выше кошельков нельзя осуществить доступ к другому. Электронные деньги «Яндекс.Деньги» можно использовать для различных целей: оплата счетов за товары, мобильную связь, доступ к сети Интернет, пополнение баланса онлайн-игр, приобретение программного обеспечения и т. д. В данной системе поддерживается единая валюта – российский рубль. С апреля 2012 данная система начала предоставлять в Украине возможность перевода электронных денег на карты Visa, ранее аналогичный сервис был реализован для MasterCard. Перевод денег проходит в течение одного-двух рабочих дней. С апреля 2012 данная система начала выпуск дебетовых карт MasterCard, которые будут привязаны к счёту в системе [2]. При внедрении электронных денег в товарооборот возникает ряд специфических проблем. Среди них основными являются: отсутствие законодательной базы для функционирования электронных денег; разногласия по отдельным вопросам с центральными эмиссионными банками; проблемы обеспечения безопасности функционирования электронных денег [5].

Являясь совершенно новым инновационным подходом в области денежно-кредитного обращения, электронные деньги не «вписываются» в традиционные стандарты товарно-денежных отношений. Для решения этой проблемы необходимо коренное изменение законодательной базы, разработка и введение в действие новых постановлений о порядке расчётов в электронной валюте. Объектом правового регулирования должны быть как сами электронные деньги, так и учреждения, которые выпускают их в обращение [6]. Поскольку главным регулятором денежно-кредитной политики в Украине является Национальный банк, то основной задачей банков, внедряющих системы электронных денег, является урегулирование взаимоотношений с ним. Вследствие этого перед НБУ возникают следующие вопросы:

- порядок выдачи разрешения на эмиссию электронных денег;
- организация регулирования и обращения электронных денег;
- решение проблем, связанных с рисками в системах электронных денег.

Особого внимания заслуживает порядок отражения хозяйственных операций, связанных с расчётами в электронной валюте в бухгалтерском учёте. Приказом от 27.06.2013 г. № 627 Минфин среди прочего дополнил Инструкцию по применению Плана счетов бухгалтерского учёта нормами, определяющими порядок бухгалтерского учёта электронных денег. В этом приказе дана следующая их характеристика: в целях бухгалтерского учёта электронные деньги – единицы стоимости, которые хранятся на электронном устройстве, принимаются как средство платежа другими лицами, чем лицо выпускающее, и являются денежным обязательством этого лица, которое выполняется в наличной или безналичной форме. При этом для целей бухгалтерского учёта не признаются электронными деньгами заранее оплаченные карточки одноцелевого использования: дисконтные карты торговцев, карточки автозаправочных станций, билеты для проезда в городском транспорте и т. п., принимаются как средство платежа исключительно их эмитентами. Для учёта электронных денег в Плане счетов бухгалтерского учёта предусмотрен отдельный субсчёт 335 «Электронные деньги, номинированные в национальной валюте» в составе счёта 33 «Прочие средства». На субсчёте 335 «Электронные деньги, номинированные в национальной валюте» отражаются операции с электронными деньгами, которые осуществляются коммерческими агентами и пользователями, в соответствии с нормативно-правовыми актами Национального банка Украины и правил использования электронных денег, согласованных с Национальным банком Украины [1].

Вопросы безопасности в Интернете и защиты от мошенничества систем электронных денег являются крайне актуальными, поскольку системы электронных денег массово используют мошенники для проведения незаконных операций. Коммерциализация сети Интернет привела к тому, что ведущие компании – поставщики программного обеспечения, в частности, Microsoft и Netscape, – сосредоточили свои усилия на создании программного обеспечения, которое позволяло бы осуществлять безопасные транзакции через Интернет [7]. Решение вопросов безопасности можно осуществлять техническими, функциональными и правовыми методами (табл. 2).

Таблица 2

Методы решения вопросов безопасности систем электронных денег

№	Название метода	Характеристика методов безопасности
1.	Технический метод	Использование защищенных технических и программных устройств, кодирование информации, идентификации пользователей
2.	Функциональный метод	Установление определенных ограничений при использовании электронных денег, периодическое обновление программного обеспечения
3.	Правовой метод	Разработка нормативно-правовой базы, регламентирующей порядок использования и обработки данных и устанавливающей меру ответственности за нарушение законодательства

Для дальнейшего успешного развития систем электронных денег в Украине необходимо определить и установить законодательные требования по обязательной предварительной оплате электронных денег в полном объеме традиционными деньгами; ввести запрет на кредитование в электронных деньгах, что соответственно снизит негативное влияние от эмиссии электронных денег на инфляционные процессы в государстве [8]. Исследование показало, что спрогнозировать развитие электронных денег в любой стране достаточно сложно, поскольку их эмиссия на карточных носителях, в современных условиях отсутствия в законодательстве надлежащих правовых положений, регулируется только теми нормами, которые касаются эмиссии платёжных карточек, и осуществляется только банками, а системы расчётов электронными деньгами программного типа и небанковские эмитенты таких денег функционируют в условиях правовой неопределённости. Они на собственный риск внедряют современные схемы электронных расчётов, по своему усмотрению осуществляют защиту пользователей и управляют всеми финансовыми и нефинансовыми рисками. Наряду с этим очевидно, что электронные деньги, появившись на банковском рынке, вряд ли сдадут свои позиции и, преодолевая существующие препятствия, утвердятся на нём навсегда. Результатом будет либерализация функционирования современного банковского сектора и развитие государственно-правовых норм для эффективной деятельности систем электронных денег.

Выводы и перспективы дальнейших научных разработок. Самыми главными преимуществами электронных денег для пользователя можно назвать анонимность, скорость расчётов и обмена в разные валюты, удобство, дополнительные возможности (например, как инструмент перевода средств родным или близким, которые находятся в другом городе или другой стране). Однако существуют ограничения, сдерживающие пользователей применять электронные платёжные системы. К таким ограничениям можно отнести: недоверие пользователей, отсутствие навыков и знаний, ограничения в обналичивании или возврате средств. Но всё же дальнейшее развитие электронных денег позволит банковской системе выйти на новый уровень и сэкономить средства на печатании банкнот. Международный опыт показывает, что развитие электронных платежей и, в частности, электронных денег, способствует ускорению экономического роста и уменьшению затрат на наличный оборот. Электронные деньги также могут способствовать развитию новых секторов экономики и электронной коммерции. Однако развитие рынка электронных денег в значительной степени зависит от нормативно-правового регулирования. Внедрение инноваций в сфере электронных платежей может быть затруднено, если соответствующие нормы регулирования недостаточно гибкие. Поэтому государственное регулирование данного процесса должно стимулировать широкое внедрение инновационных платёжных инструментов и одновременно обеспечить интересы пользователей относительно безопасности операций с электронными деньгами, особенно учитывая тот факт, что проблемы потерь электронных денег через мошеннические операции и любые задержки с погашением электронных денег могут иметь негативное влияние на стабильность рынка в целом. Задачей регулятора также должно стать обеспечение равных условий конкуренции на платёжном рынке и отсутствие чрезмерных барьеров по участию в нём.

Литература

1. Про платіжні системи та переказ грошових коштів в Україні: закон України від 05.04.2001р. № 2346-III (зі змінами та доповненнями, внесеними законом України від 18.09.2012р. № 5284-VI). – Бухгалтерія. – 2012. – № 44. – С. 45-64.
 2. Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку: затверджене наказом МФУ від 27.06.2013р. № 627.
 3. Положення про електронні гроші в Україні: затверджене постановою НБУ від 04.11.10р., № 481. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://www.zakon1.rada.gov.ua / laws/show/z1336-10](http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10)
 4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств та організацій: затверджений наказом Міністерством фінансів України від 30.11. – 1999р. № 291 (у редакції наказу Міністерства фінансів України від 09.12.2011р. №1591) – Львів: НУ Львівська політехніка; Інтеллект-Захід, 2008. – 1224 с.
 5. Ильницкая Н. Н. Факторы распространения электронных денег [Электронный ресурс] / Н. Н. Ильницкая // Научный вестник Ужгородского университета. Сборник научных работ. – 2010. – Режим доступа к статье: http://nbuv.gov.ua/Portal/natural/Nvuu/Ekon/-2010_30/statti/4_3.htm
 6. Новицкий А. И. Электронные деньги – проблемы правового обеспечения обращения в Украине [Электронный ресурс] / А.И. Новицкий // научно-исследовательский центр правовой информации. – 2008. – № 17 (1). Режим доступа к статье: http://www.bod.kiev.ua/jurnal/17_7.htm
 7. Корягин М. В., Лива В.Р. Электронные деньги: особенности использования и бухгалтерский учёт // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/22_5/241_Kor.pdf
 8. Організація обліку: навчальний посібник / Ю.Л. Петрушевський, О.І. Стрельніков. – Донецьк: Видавництво «Апекс», 2014. – 413 с.
- Быховец С.О., Бондаренко Д. В. Механизм применения электронных денег как удобного инструмента расчётов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvchdieu/2014_4/213-219/pdf

УДК 336

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ДОНБАССА

Горпинич Ю. А.,
студентка кафедры финансов,
Петрушевская В. В.,
к.гос.упр., доцент кафедры финансов,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье исследован вклад Донбасса в экономику Украины, проанализировано современное финансово-экономическое состояние Донбасса, а также предложен комплекс практических мер по улучшению экономического и финансового развития Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: развитие; поддержка; экспорт; импорт; правительство; промышленность.

In the article investigated the contribution of Donbass in Ukraine's economy, analyzes the current financial and economic state of the Donbass, and also provides a set of practical measures to improve the economic and financial development of the Donetsk People's Republic.

Key words: development; support; export; import; government; industry.

Постановка проблемы. Желание стать частью Российской Федерации растёт в Донбассе с каждым днём. Год назад были провозглашены Независимая Донецкая и Луганская Республики. После этого киевская власть объявила в регионе проведение антитеррористической операции (АТО). Атакам подверглись практически все значимые промышленные города региона. Сейчас в Донецкой Республике говорят о том, что они способны не только «прокормить» себя сами, но и быть или самостоятельным государством, или не дотационным регионом РФ. На первый

взгляд, экономический потенциал Донбасса впечатляет. Но насколько прибыльными остались его предприятия после проведения властью Украины АТО? С какими проблемами придется столкнуться новому руководству регионов, ведь для роста экономической самостоятельности от него потребуются ряд важных решений, которые и будут рассмотрены в данной статье.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением и анализом финансово-экономического состояния Донбасса занимается большое количество как украинских, так и российских аналитиков и учёных, например: В. А. Никонов пишет о том, что Россия должна помочь Новороссии в становлении самостоятельности и что нынешний киевский режим обречён на провал, К. Ф. Затулин высказался о финансово-экономическом значении Донбасса для Украины, А. Мошес говорит о перспективах развития отношений между Москвой и Донбассом, Е. М. Кожокин написал о перспективах перемирия на Донбассе, А. Колтунович высказался о роли Донбасса в экономике Украины, А. Лузан анализировал военную и экономическую ситуацию на востоке Украины, В. Медведчук активно описывает экономическую ситуацию во время АТО в Украине и Республиках. Сколько бы ни обсуждалась тема финансово-экономического развития ДНР и ЛНР, некоторые аспекты данной темы всё равно требуют дальнейшего исследования экономистов.

Целью работы является анализ современного состояния экономики ДНР и ЛНР, а также поиск мер и способов для повышения финансово-экономической самостоятельности в областях.

Изложение основного материала исследования. Донбасс – это регион площадью в 53 200 кв. км с населением 6,6 млн человек, который включает в себя 89 городов и 36 районов. Характерной чертой хозяйственного комплекса ДНР и ЛНР является сочетание развитого транспорта и мощной промышленности с многоотраслевым сельским хозяйством. Промышленность края представлена в первую очередь двумя отраслями: металлургической и угольной. Регион является основным поставщиком топлива, металла, продукции машиностроения и химической промышленности. Республики являются крупнейшим регионом по угольной промышленности [1]. Вклад ЛНР в ВВП Украины составлял 8,5 %, ДНР – почти 20%. ДНР давала более 20 % экспорта Украины и занимала первое место среди всех регионов страны. ЛНР давала более 6 % экспорта. Для сравнения, семь областей Западной Украины дали суммарно всего лишь 7 % экспорта. Проанализируем данные по экспорту/импорту товаров Донецкой, Луганской областей и Киева в 2012-2014 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Экспорт/ импорт товаров Донецкой, Луганской областей и Киева в 2012-2014 гг. [2].

<i>Область/Город</i>	<i>Экспорт (млн. дол.)</i>	<i>Импорт (млн. дол.)</i>
2012 г.		
Донецкая	141 127	4 168
Луганская	4 192	1 989
Киев	12 270	26 116
2013 г.		
Донецкая	12 408	4 053
Луганская	3 544	1 849
Киев	12 341	26 672
2014 г.		
Донецкая	8 406	2 121
Луганская	1 305	2 472
Киев	11 469	20 175

Анализируя табл. 1, можно сделать вывод, что за 2012- 2014 гг. Донецкая область принесла больше прибыли (2012 г. – 141 127 млн дол, 2013 г. – 12 408 млн дол., 2014 г. (время проведения АТО) – 8 406 млн дол.), чем убытка (2012 г. – 4 168 млн дол., 2013 г. – 4 053 млн дол., 2014 г. (время проведения АТО) – 2 121 млн дол.), в отличие от Киева, который по объемам импорта на много превышает Донецкую и Луганскую области вместе взятые (2012 г. – 26 116 млн дол., 2013 г. – 26 672 млн дол., 2014 г. (время проведения АТО) – 20 175 млн дол.). Основным индикатором повышения уровня экономики является улучшение уровня жизни жителей новых Республик. Для обеспечения успешности и состоятельности ДНР и ЛНР необходимо, чтобы жизненный уровень стал не ниже, чем в феврале 2014 г. Тогда он будет априори выше, чем на остальной территории Украины. Этого можно достичь только

организационно – политическими методами, без прямых и косвенных потерь для бюджета РФ. Чтобы поддержать предприятия малого и среднего бизнеса, нужно снизить налоговую нагрузку на них. В то же время для МСБ потребуется предусмотреть субсидии. Так же чтобы увеличить производство и экспорт в Россию продукции химического комплекса, сельхозпродукции и транспортного машиностроения ДНР и ЛНР требуется возобновить поставки промышленной продукции на российский рынок. Одной из основных стратегических целей является легитимизация торговых отношений между субъектами хозяйствования Республик ДНР и ЛНР с Россией. Первоочередные мероприятия должны быть направлены на соединение энергосистем Донбасса и РФ. Восстановление торгового оборота с российским рынком возможно только при:

- принятия решения о другом расчетном инструменте (вместо украинской гривны);
- нахождения возможных путей решения легитимизации отношений между РФ, ДНР и ЛНР;
- интеграции Республик в экономическое пространство Таможенного Союза [3].

Также необходимо чтобы вся валютная выручка и налоговые поступления крупнейших экспортеров, которые раньше поступали или ещё продолжают поступать из Республик в Киев, начали оставаться в распоряжении народа. Потребуется создание государственной налоговой службы и казначейства ДНР и ЛНР для обеспечения поступления налогов и постоянной выплаты заработной платы, стипендий, пенсий и иных социальных выплат. Важным шагом в финансово-экономическом развитии Донбасса будет обособление финансовой системы, введение подобия местной валюты, а также учреждение собственного эмиссионного центра [4]. Нужно создать на территории России постоянно действующую экспертную группу, состоящую из республиканских финансистов, представителей власти, банкиров, бизнесменов, политиков и специалистов, по улучшению финансово-экономической ситуации в Донбассе, поднятию уровня трансграничного сотрудничества с РФ и интеграции экономики региона в пространство ЕврАзЭС [3]. Логичной составляющей для развития Республик является достижение льготного режима поставок на территорию Донбасса российских энергоресурсов. Правительству потребуется обеспечить поставки нефтепродуктов из РФ по российским ценам, что приведет к снижению цены бензина в ДНР и ЛНР в полтора раза. Наиболее сильные позиции в регионе, которые могут приносить прибыль в бюджет, занимают угольная и химическая промышленность, цветная металлургия, тяжелое машиностроение, а также агропромышленный комплекс [5]. В Республике хорошо развита цветная металлургия. Донбасс обеспечивал Украину свинцом и ртутью, а также различными твердыми сплавами и прокатом цветных металлов. Ведущими предприятиями в этой отрасли является предприятие «Укрцинк» в городе Константиновка, а также Никитовский ртутный комбинат, сплавами цветных металлов занимается химико-металлургический завод в Донецке. Производственная база цветной металлургии уже много лет по праву считается одной из самых сильных в регионе. В последнее время отрасль начала производить такие тугоплавкие металлы как вольфрам, сплав ванадия с железом, кобальт, никель и молибден [6]. Что касается угольной промышленности, то на сегодняшний день разведано более 21 млрд тонн запасов каменного угля. Местные предприятия и шахты добывают порядка 58 млн тонн сырья ежегодно. Уголь активно используют в качестве сырья на производстве. С его помощью генерируют электроэнергию, проводят коксование. Но угледобыча в Донбассе страдает от хронической недоинвестированности. В шахтах не соблюдаются нормы техники безопасности, что ежегодно приводит к авариям и многочисленным жертвам горняков, оборудование находится на последней стадии износа. Поэтому именно эта отрасль наиболее остро нуждается во внимании нового правительства [3].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Анализируя статью, можно прийти к выводу, что Донбасс вносил самый существенный вклад в ВВП Украины, и важность этого региона для экономики страны колоссальна. Потеря его для Украины, в результате отделения или остановки и разрушения производства вследствие военных действий, окажется невосполнимой. Но сегодня в Республиках уже формируется управленческий аппарат, в обязанности которого входит развитие областей в мирное время и повышение их финансово-экономического состояния. Один из путей к мирной и стабильной жизни – налаживание честного и ответственного взаимодействия власти и бизнеса в регионах. Новому государственному аппарату требуется хорошо проработать систему власти, которая подразумевала бы параллельное существование и координацию действий гражданских чиновников и военного блока с Российской федерацией. Правительство Республик, должно

проводить финансово – налоговую политику, стремиться к созданию своего эмиссионного центра, прорабатывать пути трансграничного сотрудничества с РФ и поддерживать промышленность региона на должном уровне.

Литература

1. Статья «Роль Донбасса в экономике Украины». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vybor.ua/article/ekonomika/rol-donbassa-v-ekonomike-ukrainy.html>
2. Государственная служба украинской статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Статья «Проект восстановления Донбасса — взгляд из Москвы». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naccontrol.ru/gosudarstvo/proekt-vosstanovleniya-donbassa-vzglyad-iz-moskvy/>
4. Статья «Экономика Донбасса, перспективы развития» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thekievtimes.ua/blog/419105-ekonomika-donbassa-perspektivy-razvitiya.html>
5. Статья «Такое разное будущее» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2014/26/takoe-raznoe-budushee/>
6. Статья «Перспективы экономики Донбасса». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://voprosik.net/perspektivy-ekonomiki-donbassa/>

УДК 336.58

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЧАО «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «КОНТИ»

*Трандофилова А. А.,
студентка кафедры финансов,
Филиппова Ю. А.,
к.э.н., старший преподаватель кафедры финансов,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье рассмотрена сущность понятия «финансовая устойчивость» предприятия. На основе анализа теоретико-методических разработок учёных было предложено развитие подходов к оценке финансовой устойчивости на основе формирования интегрального показателя финансовой устойчивости предприятия с целью повышения его конкурентоспособности и разработки практических рекомендаций в сфере принятия оперативных управленческих решений руководством.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, ликвидность, предприятие, метод, коэффициент, показатель, индикатор, оценка.

The article describes the essence of the concept of «financial stability» of the enterprise. Based on the analysis of theoretical and methodological developments of scientists was asked to develop a method for assessing financial stability on the basis of the formation of the integral index of financial stability in order to increase its competitiveness and to develop practical recommendations in making operational decisions leadership.

Keywords: financial stability, liquidity, enterprise, method, coefficient, indicator, assessment.

Постановка проблемы. В условиях мирового финансово-экономического кризиса и интеграции капитала переход экономики на инновационный и социально-ориентированный путь развития возможно осуществить только при условии стабильного развития самого государства. Устойчивое развитие приоритетных отраслей промышленности и особенно первичных звеньев экономики – предприятий, приобретает особую актуальность, поэтому формирование и развитие механизмов анализа, оценки и управления финансовой устойчивостью предприятия выступают в качестве основных проблем современных экономических исследований. На сегодняшний день важнейшим показателем развития любого предприятия является уровень финансовой устойчивости. Достаточный уровень финансовой

устойчивости предприятия является залогом успешного его функционирования. Для обеспечения стабильного уровня финансовой устойчивости, необходима правильная его оценка, а также проведение комплекса мероприятий для поддержания оптимального уровня или увеличения данного показателя.

Анализ последних исследований и публикаций. Актуальные проблемы оценки финансовой устойчивости рассмотрены в трудах как зарубежных, так и отечественных учёных: Капанадзе Г. Д., Бурцева А. Л., Лукаш Ю. А., Ковалева В. В., Грачева А. В., Макарьяна Э. А., Стояновой Е. С., Шеремета А. Д. и др.

Актуальность. Следует отметить, что общепринятая в финансовой науке система коэффициентов и методы оценки не позволяют в полной мере выявить причины укрепления или снижения финансовой устойчивости предприятия. Прежде всего, это относится к сущности понятия «финансовая устойчивость», которое в значительной степени характеризует оценку только структуры капитала по состоянию на указанную дату, при этом обеспеченность собственного и заемного капитала платежными источниками за весь отчётный период не учитывается. В процессе исследования были использованы следующие научные методы: исторический и логический (при обобщении теоретических положений относительно понятия «финансовая устойчивость»); аналогии (при систематизации зарубежного опыта оценки финансовой устойчивости); экономико-математические методы (при совершенствовании методических основ оценки финансовой устойчивости). Информационная база исследования включает законодательные и нормативные акты в сфере обеспечения финансовой устойчивости, статистические материалы, аналитическую и статистическую отчетность Международного валютного фонда, отечественные и зарубежные научные публикации, финансовую отчетность ЧАО «Производственное объединение «КОНТИ».

Цель статьи. Целью статьи является развитие методического подхода к оценке финансовой устойчивости на основе построения интегрального показателя финансовой устойчивости предприятия для повышения его конкурентоспособности и разработке практических рекомендаций в сфере принятия оперативных управленческих решений руководством предприятия.

Изложение основного материала исследования. В современных условиях развития экономики финансовая устойчивость является важным фактором успешного функционирования любого предприятия, выступая основой его стабильности. Уровень финансовой устойчивости влияет на хозяйственную деятельность предприятия, поскольку деловые партнеры (инвесторы, поставщики, кредиторы) отдают предпочтение надёжным и платежеспособным партнёрам. В научных публикациях понятие устойчивости часто отождествляют с надёжностью, стабильностью и равновесием. В большинстве исследований финансовая устойчивость рассматривается в контексте анализа финансового состояния и включает коэффициенты, оценивающие ликвидность, платежеспособность, рентабельность и эффективность деятельности. В ходе исследования было установлено, что финансовая устойчивость является одним из важнейших условий стабильного функционирования предприятия, и определяется как такое состояние финансовых ресурсов, при рациональном использовании которых, предприятие выполняет поставленные задачи. Исходя из того, что предприятие является сложной системой, управление его финансами выступает приоритетной задачей, в частности, в сфере обеспечения финансовой устойчивости, гибкости и рациональности. От успешной реализации этой задачи напрямую зависит эффективность деятельности предприятия и его финансовые результаты. Финансовая устойчивость, в определенной степени, характеризует состояние финансового «здоровья» предприятия. Трудно переоценить роль оценки финансовой устойчивости в процессе комплексного анализа финансового состояния предприятия. Анализ финансового состояния предприятия характеризует его конкурентоспособность, потенциальные возможности и дополнительные резервы роста, степень гарантированности экономических интересов собственников предприятия и партнеров. Таким образом, важнейшим фактором в оценке финансового состояния предприятия в целом является оценка его финансовой устойчивости, которая непосредственно отражает результативность финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В ходе исследования была установлена целесообразность развития следующего методического подхода к оценке финансовой устойчивости предприятия. Исходя из международного опыта, определён следующий перечень коэффициентов, с помощью которых наиболее полно можно оценить финансовую устойчивость предприятия с учётом специфики национальной экономики:

- коэффициент финансовой автономии (независимости);
- коэффициент финансовой зависимости;
- коэффициент манёвренности собственного капитала;
- коэффициент финансового риска;
- коэффициент покрытия долгов собственным капиталом (или коэффициент финансирования);
- коэффициент текущей ликвидности;
- рентабельность совокупного капитала (ROA).

Каждый показатель имеет свое условное обозначение K_i , где i – порядковый номер рассматриваемого коэффициента финансовой устойчивости (от 1 до 7). Для того чтобы вычислить комплексный интегральный индикатор оценки финансовой устойчивости, необходимо сначала рассчитать индикаторы каждого показателя, который рассчитывается как произведение соответствующего балла и веса (форм. 1).

$$I_i = \delta_i \cdot \lambda_i$$

где I_i – индикатор i -того показателя финансовой устойчивости;

δ_i – вес i -того коэффициента финансовой устойчивости;

λ_i – балл i -того коэффициента финансовой устойчивости.

Для этого каждому показателю присвоим соответствующий балл (от 1 до 5) и вес (от 1 до 2) (табл. 1).

Таблица 1

Система показателей для расчёта комплексного интегрального показателя

Показатели	Усл. об.	Критические значения показателей					Вес
		Балл 1	Балл 2	Балл 3	Балл 4	Балл 5	
Коэффициент финансовой независимости	K_1	>0.6	$0.6 - 0.5$	$0.5 - 0.4$	$0.4 - 0.3$	< 0.3	2
Коэффициент финансовой зависимости	K_2	< 1.5	$1.5 - 2$	$2 - 2.5$	$2.5 - 3$	> 3	2
Коэффициент маневренности собственного капитала	K_3	> 0	$0 - (-0.5)$	$(-0.5) - (-1)$	$(-1) - (-1.5)$	$< (-1.5)$	2
4. Коэффициент финансового риска	K_4	< 0.5	$0.5 - 0.7$	$0.7 - 0.9$	$0.9 - 1.1$	> 1.1	1
Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом	K_5	> 0.7	$0.7 - 0.5$	$0.5 - 0.3$	$0.3 - 0.1$	< 0.1	1
Коэффициент текущей ликвидности	K_6	> 2	$2 - 1.5$	$1.5 - 1$	$1 - 0.5$	< 0.5	1
Рентабельность совокупного капитала	K_7	> 30	$30 - 20$	$20 - 10$	$10 - 5$	< 5	1

На основе полученных данных коэффициентов финансовой устойчивости присвоим каждому показателю соответствующий балл и вес, исходя из табл. 1, и рассчитаем индикаторы оценки финансовой устойчивости ЧАО «Производственное объединение «КОНТИ» для каждого показателя за период с 2010 по 2013 гг. (табл. 2).

На основе полученных результатов индикаторов оценки финансовой устойчивости найдём комплексный интегральный индикатор оценки финансовой устойчивости предприятия, который рассчитывается как среднеарифметическое значение всех индикаторов (форм. 2):

$$A = \frac{I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + I_5 + I_6}{7} + I_7$$

где A – комплексный интегральный показатель оценки финансовой устойчивости предприятия.

Таблица 2

**Индикаторы оценки финансовой устойчивости на основе данных коэффициентов
ЧАО «Производственное объединение «КОНТИ»**

Название индикаторов	Усл. об.	Формула индикатора	Значение индикаторов за период			
			2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
1. Индикатор финансовой автономии	I_1	$I_1 = \delta_1 * \lambda_1$	8	8	6	8
2. Индикатор финансовой зависимости	I_2	$I_2 = \delta_2 * \lambda_2$	8	8	6	8
3. Индикатор маневренности собственного капитала	I_3	$I_3 = \delta_3 * \lambda_3$	6	4	4	6
4. Индикатор финансового риска	I_4	$I_4 = \delta_4 * \lambda_4$	5	5	5	5
5. Индикатор покрытия долгов собственным капиталом	I_5	$I_5 = \delta_5 * \lambda_5$	2	2	1	2
6. Индикатор текущей ликвидности	I_6	$I_6 = \delta_6 * \lambda_6$	1	1	1	3
7. Индикатор рентабельности совокупного капитала	I_7	$I_7 = \delta_7 * \lambda_7$	5	5	3	3

Проанализировав финансовую устойчивость предприятия, можно сделать определить уровень финансовой устойчивости, опираясь на следующие критериальные значения:

От 2 до 3 – абсолютная финансовая устойчивость.

От 3 до 4 – нормальный уровень финансовой устойчивости.

От 4 до 5 – удовлетворительный уровень финансовой устойчивости.

От 5 до 6 – нестабильный уровень финансовой устойчивости.

Свыше 6 – критический уровень финансовой устойчивости (рис. 2).

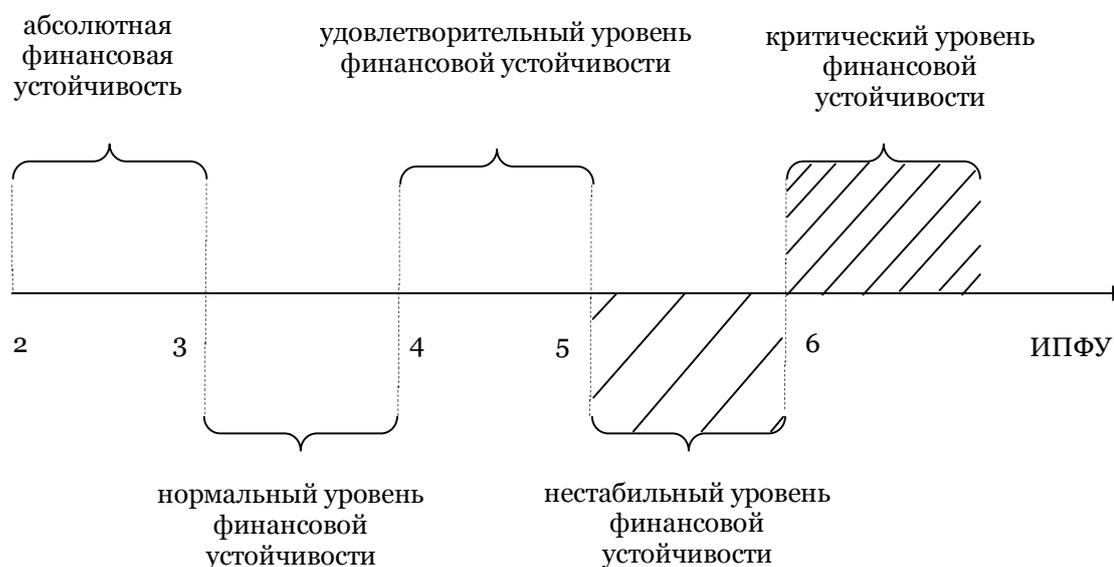


Рис. 2. Критериальные значения интегрального индикатора финансовой устойчивости

Итак, результаты расчётов приведены на рис. 3. Исходя из предложенных критериальных значений, можно сделать вывод о том, что в 2010 г., в 2011 г. и в 2013 г. предприятие находилось на умеренном уровне финансовой устойчивости, однако имеет тенденцию к увеличению риска. А в 2012 г. предприятие находилось на нормальном уровне финансовой устойчивости и имело тенденцию к росту уровня своего финансового состояния, однако в силу определённых обстоятельств уровень финансовой устойчивости предприятия в следующем году начал снижаться.

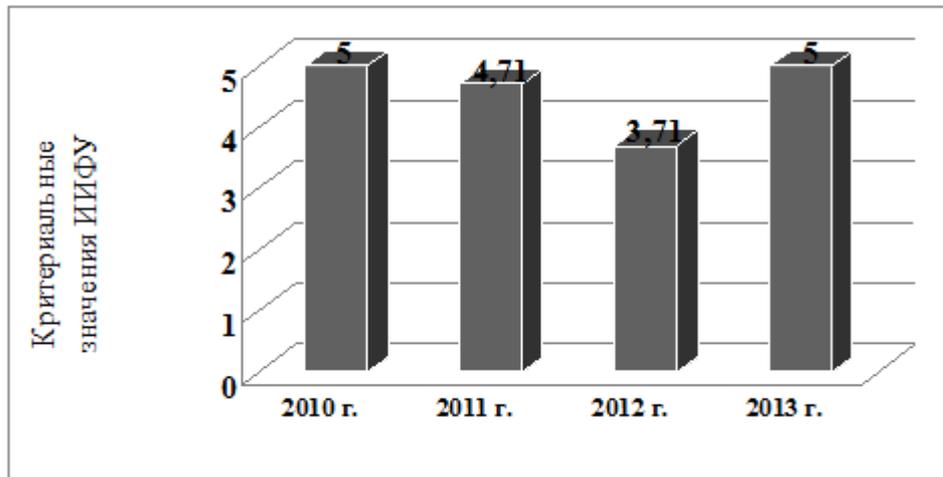


Рис. 3. Значения интегрального индикатора для ЧАО «Производственное объединение «КОНТИ» за период с 2010-2013 гг.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В современных условиях развития экономики финансовая устойчивость предприятия является одной из ключевых характеристик финансового состояния, представляя собой наиболее емкий, концентрированный показатель, отражающий степень безопасности вложения средств в это предприятие. Оценка уровня финансовой устойчивости является важной задачей менеджмента на всём протяжении существования предприятия с целью обеспечения независимости от внешних контрагентов и рациональности покрытия активов источниками их финансирования. Финансовая устойчивость – важнейшее условие успешного функционирования предприятия, а также такое состояние, распределение и использование финансовых ресурсов, которое позволит достигать заданные владельцами предприятия бизнес-цели при поддержании приемлемого уровня платежеспособности и делового риска. Анализ финансовой деятельности предприятия необходим для того, чтобы внутренние пользователи предприятия могли контролировать и принимать верные финансовые решения, а внешние пользователи, такие как инвесторы, кредитные организации и поставщики могли определять прибыльность и платежеспособность субъекта хозяйствования. Определение уровня устойчивости предприятий на основе расчета обобщающего показателя позволяет принимать оперативные управленческие решения при реализации антикризисной политики предприятия.

Исходя из этого, проблема управления финансовой устойчивостью предприятия является актуальной, её решение имеет практическое значение, как для отдельного предприятия, так и для промышленного комплекса и государства в целом. Научная новизна полученных результатов заключается в развитии теоретических положений и научно-методических аспектов оценки финансовой устойчивости для обеспечения эффективной деятельности отечественных предприятий.

Литература

1. Офіційний сайт Групи «Конті» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.konti.com>
2. Річна інформація емітента цінних паперів ПАТ «Виробниче об'єднання «Конті» за 2013 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.konti.com/upload/konti-content/24/fin_otcetnost_2013_17_10.pdf

УДК 336.71

**СОЗДАНИЕ ДВУХУРОВНЕВОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ****Порторескул С. В.,***студентка кафедры финансовых услуг и банковского дела,***Тарасова Е. В.,***к.э. н., доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела,
Донецкий государственный университет управления, г.Донецк*

В данной статье рассмотрена сущность и принципы построения различных типов банковской системы. Выявлены преимущества и недостатки последних. Аргументированы критерии выбора именно двухуровневой банковской системы для развития Донецкой Народной Республики. Определены способы внедрения данной структуры в систему организации банковской деятельности республики.

Ключевые слова: *банковская система; уровни банковской системы; Центральный банк; банковский надзор.*

In this article the essence and principles of various types of banking system. The advantages and disadvantages of the latter. Reasoned selection criteria is a two-tier banking system for the development of the People's Republic of Donetsk. Ways of implementation of this structure in the organization of banking country.

Keywords: *banking system; the levels of the banking system; Central bank; banking supervision.*

Постановка проблемы. В современном мире интеграционные и глобализационные процессы являются движущимся фактором развития для национальных экономических систем различных стран мира, путём выявления всё новых и новых способов усовершенствования рыночного типа экономики. Немаловажной частью в данном процессе является упрочнение и формирование рациональных отношений в банковской сфере, а также применение качественно новых процедур банковского сотрудничества. Банковская система страны является финансовым фундаментом функционирования экономики любого государства в мире.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам анализа и оценки современного состояния банковской деятельности в условиях глобализации посвящены работы таких исследователей, как А. Гальчинский, А. Дзюблюк, Ю. Ващенко, В. Геец, С. Лондар, В. Мищенко, И. Рогач, Н. Стукало, Л. Руденко-Сударева, А. Семенов. Однако, несмотря на достаточно большое количество работ по данной тематике, дальнейшее исследование состояния развития банковской деятельности и определения её роли в обеспечении сбалансированности мирового хозяйства в условиях продолжающегося мирового финансового кризиса требует его дальнейшего изучения и анализа.

Актуальность. В деятельности любой страны главенствующую позицию занимает банковская система, которая в большинстве случаев и является определяющим фактором в развитии экономики, росте потенциальных возможностей государства и благосостояния его населения. Именно поэтому, создание двухуровневой системы в Донецкой Народной Республике является на сегодняшний день целесообразным и актуальным.

Цель статьи. Определить необходимость и значимость внедрения двухуровневой банковской системы в развивающейся Донецкой Народной Республике. Выявить как положительные, так и отрицательные стороны данного процесса. Выделить этапы перехода на качественно новый уровень функционирования банковской системы в Донецкой Народной Республике и соответственно необходимые для этого структуры, которые будут надёжно обеспечивать полноценную и непрерывную банковскую деятельность на данной территории.

Изложение основного материала исследования. Одной из немаловажных составляющих любой экономики является банковская система, которая значительно упрощает жизнь и гражданам, и субъектам хозяйствования, и государству, и мировому сообществу в целом. Под банковской системой принято понимать некий составной элемент рынка ссудного капитала, финансового рынка, совокупность действующих в стране банков, кредитных учреждений и отдельных экономических организаций [1]. В мировой практике выделяют две большие группы

банковских систем: децентрализованные и централизованные. Децентрализованные банковские системы отличаются преимущественно двухсторонними взаимосвязями, наличием некоторой регламентации порядка деятельности банков со стороны государственной власти. Централизованные банковские системы характеризуются наличием в государстве Центрального банка как органа управления финансовой системой [3]. В зависимости от характера построения банковские системы можно разделить на те, которые представляют собой совокупность относительно самостоятельных банков на разных территориях и системы с единым Центральным банком. В зависимости от соподчиненности банков и выполняемых ими функций выделяют следующие типы банковских систем:

1. Одноуровневая – характерна для стран с неразвитыми экономическими структурами, где не существует Центрального банка или же, наоборот, работает только Центральный банк. При одноуровневой банковской системе Центральный банк имеет право контролировать остальные банки государства. Ярким примером такой системы является Госбанк СССР, который получил монополию на проведение операций по долгосрочному и краткосрочному кредитованию, а также эмиссионных, кассовых и расчётных операций [4]. Встречаются случаи, когда Центральный банк конкурирует с другими государственными банками, но эти структуры выполняют одни и те же операции по расчётно-кредитному обслуживанию своих клиентов. Банковские системы без Центробанка в наше время редкость, поскольку все банки в данной системе могут осуществлять любые операции, в частности, эмиссию денежных знаков. Одноуровневая банковская система такого типа наблюдается в Люксембурге и Гонконге. Главным преимуществом одноуровневой банковской системы является возможность контроля денежных потоков. Это значительно облегчает управление финансовыми средствами, и позволяют эффективно использовать и целенаправленно их применять. Центральный банк, если он является главной кредитной организацией страны, может регулировать и управлять национальной экономикой, используя своё право на монопольную власть в данной сфере [3]. Однако когда всю банковскую систему полностью контролирует Центральный банк, который образует монополию, может возникнуть угроза бюрократизации данной системы. Это является главным недостатком всех одноуровневых систем [1].

2. Двухуровневая система характерна для стран с развитой рыночной экономикой (Великобритания, Германия, Россия и др.). Первый уровень банковской системы, как правило, представлен Центральным или Национальным банком, который, самостоятельно осуществляет эмиссию законных платежных средств государства. Основной целью деятельности центрального банка является обеспечение устойчивости денежно-кредитной системы страны, стабильное функционирование коммерческих банков, также Центральный банк выполняет и внешнеэкономическую функцию (рис. 1).



Рис. 1 Структура двухуровневой банковской системы

На втором уровне функционируют коммерческие банки различных типов: универсальные, специализированные, инвестиционные, сберегательные, ипотечные, банки потребительского кредита, отраслевые, внутрипроизводственные банки и небанковские финансово-кредитные институты – инвестиционные компании и фонды, страховые компании, пенсионные фонды, ломбарды, трастовые компании. Коммерческие банки выполняют обширный круг банковских операций. Они открывают и ведут счета, привлекают во вклады денежные средства, осуществляют куплю-продажу валюты, а также инкассируют денежные средства и выдают гарантии [4]. Современные банковские системы большинства стран мира, как правило, состоят из двух уровней. Они основываются на взаимоотношениях в двух плоскостях: по вертикали – отношения подчиненности Центральному банку, а по горизонтали – отношения партнёрства между коммерческими банками и другими кредитными предприятиями. Благодаря эффективному выполнению банками и кредитными организациями своих функций, происходит процесс расширенного воспроизводства, повышается эффективность производства, осуществляется денежно-кредитная политика [1]. Несмотря на своё широкое распространение, двухуровневая банковская система имеет определённый ряд недостатков, а именно: возникают затруднения в контроле над денежной массой; при масштабной банковской системе Центральный банк может разрастаться до размеров, благоприятствующих его бюрократизации; появляются ограничения свободы деятельности банков и других кредитных учреждений; ошибки в политике Центрального банка при его неограниченной власти будут иметь крупные негативные последствия для банковской системы и экономики в целом.

3. Трёхуровневая банковская система представляет собой банковскую систему, где помимо двух базовых уровней – Центрального банка и коммерческих банков в сочетании с прочими кредитными организациями выделяют специализированные государственные банки, которые находятся на третьем уровне. Кроме того, в данную систему могут включаться также кредитные институты небанковского типа [4]. Наиболее распространённым примером функционирования такой банковской системы являются мусульманские страны, а также Китай, Швейцария, Япония. На сегодняшний день самыми распространёнными и эффективными являются двухуровневая и трёхуровневая банковские системы [3]. Главная особенность банковских систем с Центральным банком, который представляет собой совокупность относительно самостоятельных банков на разных территориях, заключается в их двойном подчинении, как центральному правительству, так и региональной власти. Данная система наблюдается США. Следует заметить, что децентрализованные банковские системы существуют больше в теоретической плоскости, чем в практической, и любые попытки существенного расширения возможностей банков относительно осуществления депозитного, расчётного и кредитного обслуживания клиентов вызывали возникновение тенденций к централизации [4]. Таким образом, эволюционное развитие банковской деятельности привело к возникновению централизованных типов построения банковских систем во главе с Центральным банком, который владеет монопольным правом эмиссии денежных знаков. Этот тип построения банковской системы позволяет наиболее эффективно организовать банковскую деятельность. На данном этапе становления экономика развитых стран свойственна многофункциональная и разветвлённая структура кредитно-финансовых учреждений, которые в процессе своей деятельности совершают аккумуляцию ресурсов для инвестирования с дальнейшим их применением в коммерческой деятельности [9].

Донбасс, а в частности Донецкая Народная Республика, это новое развивающееся государственное образование, поэтому на данной территории как банковские, так и специализированные небанковские финансово-кредитные учреждения находятся в стадии зарождения и развития. Соответственно необходимым остаётся вопрос о создании и выстраивании финансово-кредитной системы, которая бы соответствовала всем требованиям и насущным потребностям Республики. Как указывалось выше, основу финансово-кредитной системы, прежде всего, составляет банковская система, которая представляет собой совокупность различных видов коммерческих банков и различных кредитных организаций, которые функционируют в пределах общего денежно-кредитного механизма. 7 октября 2014 г. на заседании Совета Министров был принят закон о создании «Центрального Республиканского банка Донецкой Народной Республики». Центральный Республиканский банк является главным банком Республики и осуществляет следующие функции (рис. 2) [2]:

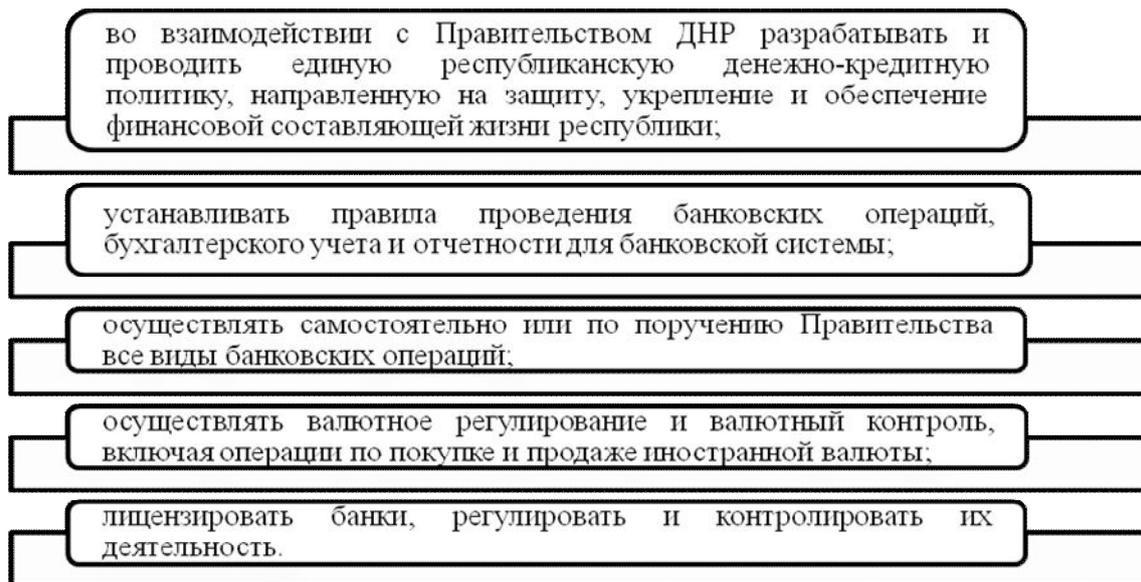


Рис. 2. Функции Центрального Республиканского банка ДНР

Основными задачами Центрального Республиканского банка в ближайшее время являются:

- обеспечение необходимой обстановки для устойчивости, ликвидности, платёжеспособности и нормального функционирования банковской системы Донецкой Народной Республики;
- создание и развитие действенной платёжно-расчётной системы в ДНР;
- осуществление регистрации и лицензирования банковских учреждений, а также надзорная и контролирующая деятельность [7].

Расчёты в Донецкой Народной Республике происходят сразу в нескольких валютах – это гривна, рубли, доллары и евро. С 1 апреля 2015 г. на законодательном уровне начали действовать обязательства по осуществлению расчётов в двух валютах – гривнах и рублях [6]. Первые шаги на пути становления банковской системы сделаны. Но остаётся нерешённым ряд глобальных вопросов:

- какую валюту использовать;
- выдача пластиковых карт для расчёта на территории Республики и по всему миру;
- какой вариант лучше на начальном этапе развития: единый центральный банк или же множество банков и т. п.

Банковская система не может существовать отдельно от финансовой системы. Она должна основываться на экономической, политической и социальной сферах. На данный момент в Донецкой Народной Республике складывается неопределённая и сложная ситуация практически во всех областях жизни. Большинство развивающихся стран прошли через определённый ряд банковских кризисов. Их преодоление и восстановление всей банковской системы потребовало значительных вложений бюджетных средств. Правительству нашей молодой Республики необходимо на законодательном уровне, с целями, задачами и положениями, закрепить все дальнейшие действия и пути развития банковской системы и найти ряд инвесторов, представленных либо другими государствами, либо же частными лицами, у которых есть возможность поддержать банковскую сферу Донецкой Народной Республики в техническом и финансовом плане. Банковские системы развитых стран мира являются примерами для развивающихся стран и стран с переходными экономиками. Опираясь на опыт таких государств, необходимо создавать свою устойчивую систему. Нынешнее положение Центрального Республиканского банка ДНР таково, что он не может выйти за пределы нашего региона, производить международные расчёты и платежи, поскольку Республика находится в международной изоляции. Следовательно, банки других стран, опасаясь санкций со стороны Запада, вряд ли рискнут открывать донецким банкам корреспондентские счета и иным образом взаимодействовать с ними [6]. Поэтому, учитывая сложившуюся ситуацию, существуют следующие методы решения данной проблемы:

1) сотрудничество с банками РЮО (Республики Южная Осетия), которые, в свою очередь, имеют корреспондентские отношения с российскими банками. ДНР признана Южной

Осетией, Южная Осетия признана Россией, Никарагуа, Науру, Венесуэлой и Тувалу. Молодой республике необходимо использовать эту цепочку для выхода из международной изоляции [2];

2) активное сотрудничество с теми банками, которым санкции не страшны. Например, банк «Россия» работает исключительно внутри Российской Федерации после санкций Запада.

Отечественные банки могли бы вполне сотрудничать с банком «Россия» в деле расчётов между организациями и предприятиями двух государств. Кроме банка «Россия», немало и других банков, которые работают лишь в пределах Российской Федерации [5]. В связи с весьма непростой ситуацией (непризнанность республики в мире и её экономическая блокада) для ДНР целесообразно рассматривать 2 способа по восстановлению и созданию собственной банковской системы, которые представлены на рис. 3.



Рис. 3. Способы восстановления банковской системы ДНР

Необходимо отметить, что для Донецкой Народной Республики наиболее оптимальным и приемлемым вариантом будет использование опыта Южной Осетии и Абхазии, поскольку республика выбрала для себя курс интеграции в российскую банковскую систему. А если ДНР уберёт из оборота гривну и не введёт в оборот рубль, то таким образом государство обособится, в свою очередь, как от Украины, так и от России, что противоестественно выбранному курсу. Итак, следует выделить основные направления по восстановлению банковской системы ДНР:

1. Определиться с собственной денежной единицей (уйти от гривны и перейти к рублю).
2. Начать разработку плана сотрудничества с российскими «внутренними» банками, а также с южноосетинскими банковскими учреждениями.
3. Провести перерегистрацию всех юридических и физических лиц – плательщиков налогов, которые являются клиентами Центрального Республиканского банка ДНР (ЦРБ).
4. Расширить сферу деятельности банков (чтобы с помощью реализации пункта 2 ЦРБ выполнял не только функции сбора налогов, но и осуществлял выплаты, переводы и т. д.).
5. Разработать программу по установлению хотя бы небольшого количества банкоматов, что значительно улучшит тяжёлое положение населения в связи с отсутствием возможности обналичивания денежных средств.

Если держать курс на непосредственное сотрудничество с банковской системой Южной Осетии, то возникнет вопрос о перестройке банковской системы ДНР с одноуровневой на двухуровневую. Данный процесс должен осуществляться в несколько этапов (табл. 1).

В ходе исследования были выявлены следующие преимущества внедрения двухуровневой банковской системы:

- 1) отсутствие монополии со стороны Центрального банка;
- 2) возможность выбора для клиентов видов услуг по наиболее приемлемым условиям по ним;
- 3) удобство ведения предпринимательской деятельности и различных видов бизнеса;
- 4) создание здоровой конкуренции на рынке банковских услуг;
- 5) разделение функций и операций между банками путём создания как универсальных, так и специализированных банковских учреждений.

Таблица 1

Этапы внедрения двухуровневой банковской системы в ДНР

<i>Этап</i>	<i>Необходимый комплекс мероприятий</i>
I этап	На начальном этапе развития банковской системы в Донецкой Народной Республике и удовлетворения всех насущных потребностей современного рынка вполне достаточно такой структуры, как Центральный Республиканский банк
II этап	Для развития бизнеса, поддержания внешнеэкономических связей необходимо внедрять более широкий спектр банковских услуг, справиться с которыми одному Центральному банку будет весьма проблематично, поэтому существует потребность введения двухуровневой банковской системы, что подразумевает собой следующие процессы: 1) создание и утверждение необходимой законодательной базы 2) создание надзорного органа, который будет осуществлять тщательный контроль над банковской системой в целом 3) открытие корреспондентских счетов с банками контрагентами для эффективного обслуживания расчетных операций

Для создания полноценной двухуровневой банковской системы в Донецкой Народной Республике и обеспечения достаточного её функционирования необходимо разработать и принять ряд законодательных основ, представленных нормативно-правовыми актами, которые изложены в табл. 2.

Таблица 2

Концептуальная основа двухуровневой банковской системы

<i>Название законодательного (нормативно-правового) акта</i>	<i>Предмет регулирования законодательного (нормативно-правового) акта</i>
1) Закон о банках и банковской деятельности	Определяет структуру банковской системы, экономические, организационные и правовые основы создания, деятельности, реорганизации и ликвидации банков
2) Инструкция (положение) о порядке регулирования деятельности банков	Устанавливает порядок определения регулятивного капитала банка и экономических нормативов, обязательных для выполнения всеми банками
3) Положение о порядке формирования и использования резерва для возмещения возможных потерь по кредитным операциям банков	Устанавливает порядок классификации кредитных операций, расчёта, формирования и использования резерва для возмещения возможных потерь по кредитным операциям банков
4) Правила регистрации корреспондентских счетов банков Центральным банком ДНР	Устанавливают порядок регистрации корреспондентских счетов банков, банковских объединений
5) Положение о применении Центральным банком ДНР мер воздействия за нарушение банковского законодательства	Определяет основания и порядок применения Центральным банком ДНР к банкам и другим лицам, которые являются объектом проверки Центрального банка ДНР, мер воздействия за нарушение банковского законодательства

Также немаловажным аспектом развития банковской системы является рассмотрение вопросов и нахождение оптимальных путей их решения в сфере банковского регулирования и надзора, противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансирования терроризма, унификации банковского законодательства. В мировой практике определены разнообразные подходы к организации банковского надзора. Как правило, выделяются три группы государств, которые отличаются методами построения надзорных структур, местом и значением Центрального (Национального) банка в этих структурах (рис. 4)

Страны, в которых надзор осуществляется ЦБ	Страны, в которых надзор осуществляется не ЦБ, а другими органами	Страны, в которых надзор осуществляется ЦБ совместно с другими органами
<ul style="list-style-type: none"> •Россия, •Австралия, •Великобритания, •Исландия, •Испания, •Ирландия, •Италия, •Новая Зеландия, •Португалия 	<ul style="list-style-type: none"> •Канада, •Дания, •Люксембург, •Швеция, •Австрия, •Финляндия, •Норвегия 	<ul style="list-style-type: none"> •Швейцария (ЦБ совместно с Федеральной банковской комиссией и ассоциацией); •Германия (Бундесбанком совместно с Федеральной службой кредитного контроля); •США (Федеральной резервной системой совместно с Министерством финансов).

Рис. 4. Классификация государств в зависимости от метода осуществления банковского надзора

Банковский надзор объективно необходим, следовательно, нужны и специальные органы, которые выполняют определённые присущие им функции. Органы могут быть разными по статусу, но среди них почти всегда есть государственные. Система контролирующих органов в том или ином государстве всегда отражает особенности политического и социально-экономического развития данного государства [3]. В связи с вышеизложенным для развития и эффективной деятельности двухуровневой банковской системы в Донецкой Народной Республике насущным является вопрос о создании контролирующего органа, который будет осуществлять надзор и выявлять различного рода негативные тенденции в работе банковских учреждений, своевременно указывать на них и предоставлять необходимые рекомендации по минимизации рисков и потерь от влияния данных тенденций. Так как для ДНР общая ориентация на построение банковской системы Республики Южная Осетия, а соответственно и на российскую является весьма положительной и необходимой, то осуществление банковского надзора и регулирования целесообразно будет предоставить Центральному Республиканскому банку.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Банковская система представляет собой некий организм с чётко структурированной и закреплённой на законодательном уровне цепью взаимосвязанных между собой банков. Данная система призвана надёжно обеспечивать эффективность в функционировании денежно-кредитного рынка и, таким образом, способствовать развитию экономики молодой Республики. Учитывая тот факт, что мировые тенденции к глобализации и всеобщей интеграции диктуют свои правила и мир не стоит на месте, поэтому для надёжной работы экономики и возможности осуществления и предоставления полного спектра всех современных финансово-кредитных услуг, банковской системе Донецкой Народной Республики необходимо стремиться к переходу на двухуровневый её вариант. Тем самым появится возможность создания надёжного фундамента для развития предпринимательской деятельности, удобства в ведении бизнеса и торговли, а также поддержания внешнеэкономических связей, в чём надёжным помощником и окажется двухуровневая банковская система.

Литература

1. Белоглазова, Н. Г. Деньги, кредит, банки / Н. Г. Белоглазова [текст] – М.: Высшее образование, 2009. – 392 с.
2. Выстраивание банковской системы Новороссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://topwar.ru/62935-o-bankovskoy-sisteme-novorossii.html>
3. Деньги, кредит, банки. Экспресс-курс. / под ред. засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф. О. И. Лаврушина [текст]. – М.: КНОРУС, 2010. – 320 с.
4. Красовская Т. В. Банковская система и небанковские коммерческие организации [Текст] / Т. В. Красовская, С. А. Монастыршин, О. А. Жабина // Молодой учёный. – 2013. – № 5. – С. 332-333.
5. Механизмы развития банковских систем в условиях интеграции приграничных регионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/mekhanizmy-razvitiya-bankovskikh-sistem-v-usloviyakh-integratsii-prigranichnykh-regionov#ixzz3VLOaijMU>

6. О валюте и банковской системе Новороссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-lnr.com/vazhnye-novosti-novorossii/661-o-valyute-i-bankovskoy-sisteme-novorossii.html>
7. Официальный сайт Совета Министров и Народного Совета ДНР. Центральный Республиканский Банк Донецкой Народной Республики начинает свою работу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru>
8. Симановский А. Ю. Кризис и реформа регулирования: отдельные аспекты / А. Ю. Симановский // Деньги и кредит. – 2010. – № 12. – С. 7-15
9. Топсахалова Ф. М.-Г. Инвестиции: учеб. – метод. пособие / Ф. М. – Г. Топсахалова. – М.: Изд-во «Академия естествознания», 2010. – 173 с.

УДК 657.01

РОЛЬ ТЕОРИЙ АНАЛИТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА В СТАНОВЛЕНИИ РУССКОЙ ШКОЛЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Толочко Н. С.,

студентка кафедры учёта и аудита,

Верига А. В.,

д.э.н., доцент, профессор кафедры учёта и аудита,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

Статья раскрывает основные положения самых распространенных теорий аналитического характера, показывает их влияние на построение учета в России, в особенности на метод двойной записи.

Ключевые слова: *двойная запись, баланс, мена, юридическое, философское и балансовое направления, ценности, учетные теории, обмен, экономология*

The article reveals the basic provisions of the most common theories of analytical shows their impact on the construction of accounting in Russia, particularly in the method of double entry.

Keywords: *double entry, balance, exchange, legal, philosophical, and the balance direction, values, accounting theory, exchange, ekonomologika*

Постановка проблемы. После свершения Октябрьской революции возникла необходимость в совершенно новых формах ведения хозяйства. От учёных требовалось создать такую теоретическую базу учета, которая бы удовлетворяла новые запросы государственной политики в области учёта. Новая экономическая политика возродила хозяйство в его наиболее эффективных формах. Твёрдые деньги обеспечивали эту эффективность и действенность классических традиционных учётных принципов. В этот период начинает возникать много различных теорий аналитического характера, которые поднимали вопросы двойной записи на счетах бухгалтерского учёта. Актуальность и влияние этих теорий прослеживается и в современности, а в связи с переходным характером экономики, можно предположить, что система счетов и двойной записи будет совершенствоваться и развиваться.

Анализ последних исследований и публикаций. Такие выдающиеся учёные, как Р. Я. Вейцман, Н. С. Помазков, Н. А. Блатов, И. Р. Николаев и особенно А. П. Рудановский и А. М. Галаган, смогли проявить себя с полной силой. В период становления НЭПа уч. ных волнует проблема объяснения природы двойной записи. В американских школах учёта для осуществления этой цели создаётся балансовое уравнение $A = П + К$, где за пассив принимается кредиторская задолженность. При этом объяснение двойной записи осуществляют без деления счетов на активные, пассивные и активно-пассивные. В России традиционно с советских времен двойную запись также объясняют из баланса и балансовых изменений, при этом за основу берут балансовое уравнение: $A = П$, где A – актив баланса; $П$ – пассив баланса, который включает кредиторскую задолженность (пассив в американском понимании) и капитал ($К$). Затем на основании балансовых изменений, вызываемых хозяйственными операциями, доказывается, что при любых изменениях в балансе сохраняется балансовое равенство: $A = П$.

При этом в балансе обнаруживаются четыре типа всем известных изменений, исходя из которых объясняется необходимость двойной записи на счетах бухгалтерского учёта. В

противовес балансовой теории объяснения двойной записи в России в 1970-е гг. были предприняты попытки её объяснения на основании марксистской формулы кругооборота авансированных средств. Это направление рассматривает двойную запись вне зависимости от балансовых изменений и утверждает, что она существует без баланса и вызывается объективными процессами кругооборота средств в хозяйственной жизни предприятия. Таким образом, данное направление в научном отношении находится значительно ближе к истине, чем балансовое и все другие направления объяснения двойной записи в истории бухгалтерского учёта.

Актуальность. Двойная запись нашла своё широкое применение в наше время, поэтому особенно важно понимать основные теории объяснения природы двойной записи, а также уметь их анализировать для поиска наиболее точной теории.

Цель статьи. Раскрытие и анализ основных теорий аналитического характера, выявление их влияния на развитие учёта в России в целом, и в особенности, на двойную запись.

Изложение основного материала исследования. Объяснение двойной записи начали искать в товарно-денежных отношениях. В России, в противовес американской школе, составляют иное балансовое уравнение объяснения двойной записи, которое может по-разному трактоваться (рис. 1).

Американская школа	Русская школа
$A = \Pi + K$	$A = \Pi$

Рис. 1. Представление двойной записи в разных школах учёта

По классификации Н. С. Помазкова, в учётной теории выделены следующие направления (теории) объяснения способа двойной записи в бухгалтерском учёте: юридическое, философское и балансовое направления, а также меновая теория (рис. 2).

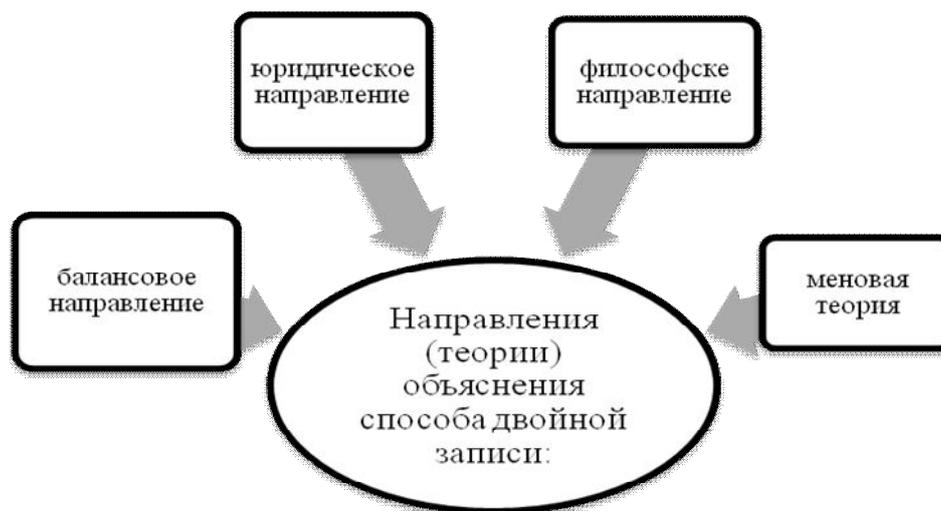


Рис. 2. Теории объяснения двойной записи, по Н. С. Помазкову

Особенности юридического направления заключались в персонификации счетов и, как следствие, представлении человеческих отношений обмена в виде дебетования и кредитования различных счетов. Меновая теория объясняла все хозяйственные операции как следствие обмена (мены) действительными и условными ценностями. Философское направление представлено теорией причинно-следственных связей, которая объясняет закономерности движения хозяйственных явлений и отражение их на счетах. Широкое распространение получила балансовая теория, в основе которой лежит основной элемент бухгалтерского учёта – баланс. Она отличается от других теорий тем, что изменения, происходящие в балансе, распространяются на все счета. В результате возникла меновая теория двойной записи, представителями которой являются русские учёные А. М. Вольф, Е. Е. Сиверс, Н. А. Блатов, на основании чего данное направление объяснения двойной записи по праву считают подлинно русской школой (рис.3).

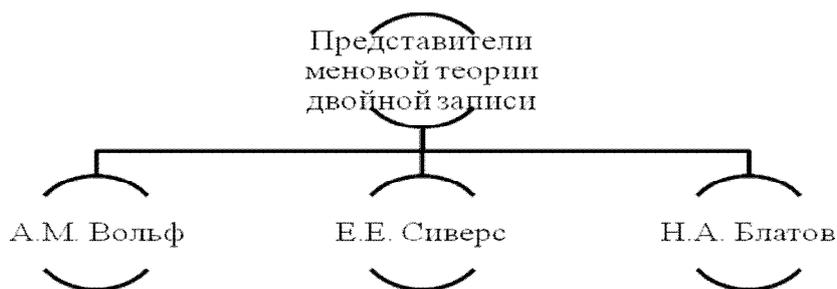


Рис. 3. Представители меновой теории

А.М. Вольф – глава журнала «Счетоводство». Наиболее плодотворная идея – противопоставление науки, получившей в дальнейшем именование счетоведения, практике, названной счетоводством. Е. Е. Сиверс был автором меновой теории. Исходя из её позиций, группировал и все хозяйственные операции. Н. А. Блатов рассматривал баланс как следствие двойной записи, ему принадлежит наиболее полная классификация балансов. Создал модель потоков ценностей в хозяйстве, которая определяет и план счетов, и их корреспонденцию. Многие учёные того времени считали эту теорию первой русской школой, имеющей исключительно большое значение в истории развития научной мысли. Впервые меновая теория была изложена в 1888 г. А. М. Вольфом. Позже эта теория была развита и углублена Е. Е. Сиверсом, который разработал и издал свой труд в 1901 г. В его основе лежит систематизированный курс «Общее счетоводство», а в дальнейшем она была основой исследований Н. А. Блатова [9, с. 42]. По данной теории все ценности разделялись на три основные группы: вещественные, денежные и условные (В. А. Маздоров первые две группы объединял в одну общую группу так называемых действительных ценностей). Под условными понимали обязательства произвести оплату. При этом ценности выступали потоками в форме «мены» – обмена одних ценностей на другие. Но так как обмен должен быть всегда эквивалентным, двойная запись выступает естественным следствием обмена. А. М. Вольф писал: «Полная деятельность любого предприятия внешним видом отображаются в строке отдельных торговых случаев или операций; в их основе лежит обмен. Любой обмен предусматривает два действия – получение и выдачу, и создаёт два вопроса: что мы получаем при обмене и мы отдаём. Ответы на эти вопросы могут быть разными, в зависимости от характера обменных операций:

- 1) возможен непосредственный обмен одних ценностей на другие, или обмен ценностей на обменную единицу, то есть на деньги;
- 2) обмен ценностей на услуги.

Отсюда вытекает и другой вид обмена, который, в свою очередь, предполагает два вопроса: какую ценность мы даём и получаем, и наоборот». А. М. Вольф сделал важный вывод: «Для осуществления всех записей основным правилом считается следующее: статьи, по которым счёт осуществляет выдачу, записываются ему в кредит, в правую сторону; статьи же, по которым он получает, записываются ему в дебет, в левую сторону» [3; 5; 6]. Русский учёный Е. Е. Сиверс пытался раскрыть экономическую концепцию двойного учёта в своём выступлении на тему «Счетоведение и счетоводство» 6 февраля 1892 г. в Петербургском Обществе для распространения коммерческих знаний.

Он охарактеризовал порядок записи операций по счетам следующим образом: «Зная, что каждый оборот сводится к обмену, что обмен состоит из получения одной ценности и выдачи другой и, что каждый счёт делится на две стороны – поступления и выбытия, а не нельзя не прийти к выводу, что каждый оборот, выраженный в той или иной сумме, должен быть записан дважды и к тому же на двух разных счетах: на левой (прибыльной) стороне счёта, открытого для ценностей, к группе которых относится полученная ценность, и на правой (расходной) стороне счёта, открытого для ценностей, к группе которых относится отданная ценность» (рис. 4). И далее: «... в этом заключается основной закон счетоведения, который называется законом двойной записи хозяйственных оборотов» [2, с. 69]. Во всех этих операциях исходным пунктом является акт обмена. Кроме этого, учёный предполагал существование операций, которые сводятся к перемещению и видоизменению ценностей.

Таким образом, в соответствии с меновой теории каждый счёт представлял ту или иную ценность – действительную или условную. Иными словами, счета рассматриваются как

вещественные, но по отношению друг к другу оказываются или должниками (дебиторами), или заёмщиками (кредиторами). С этой точки зрения счета рассматриваются как личные. Здесь меновая теория дополняет юридическую. Теоретические положения, разработанные Е. Е. Сиверсом, получили большое распространение в России. Они широко освещались на страницах журнала «Счетоводство», редактор которого А. М. Вольф в своей работе «Двойная бухгалтерия в популярных очерках» признавал правоту Е. Е. Сиверса [4; 7].

В развитие своей теории Е. Е. Сиверс создал классификацию экономических оборотов, исходя из обмена. Он различал следующие операции:
1) натуральный обмен, 2) купля–продажа, 3) кредитные соглашения, 4) депозитные сделки.

Рис. 4. Классификация обменных операций, по Е. Е. Сиверсу

С 1902 начали издаваться учебные пособия Е. Е. Сиверса, рекомендованные официальными учебными программами. Николай Александрович Блатов (1875 – 1942), ученик Е. Е. Сиверса, является крупнейшим представителем меновой теории. Он утверждал, что двойная запись всегда отражает только естественный обмен ценностями на предприятии, при этом акцент делался не на ценности, а на их потоки в форме мены. Но так как обмен должен быть всегда эквивалентным, то и двойная запись является, таким образом, естественным следствием обмена, или, как тогда предпочитали говорить, мены. Меновая теория выделяет три главные группы ценностей: вещественные, денежные и условные; под последними понимают обязательства заплатить. Блатов, развивая учение Е. Сиверса, сконструировал специальную модель всех возможных видов обмена в хозяйстве, отражаемых двойной записью [8, с.72]. Эта модель известна в науке как «квадрат профессора Блатова» (рис.5).

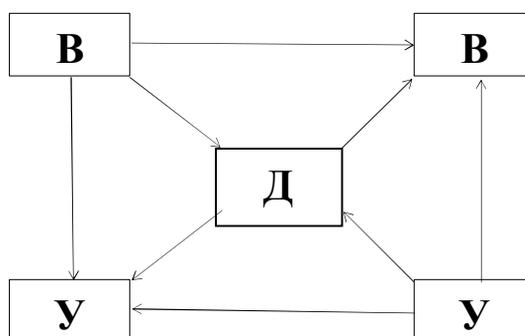


Рис. 5. Квадрат Блатова

Если принять обозначения: В – вещественные ценности, Д – деньги, У – условные ценности, то становится возможным отразить их потоки в виде квадрата. Анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что меновая теория существенно влияла на построение учёта, хотя её проявления носили скрытый характер. Однако все теоретики, признававшие объективный характер двойной записи, вытекающей из движения средств, в сущности, повторяли идеи Сиверса-Блатова. Меновая теория не была единственной теорией аналитического характера. Особое место занимает логическая (философская) теория либо теория причинности, которая была предложена Л. И. Гомбергом.

Свою теорию он называл экономологией. В России её называли по-разному: философская, логическая, теория причинности. В соответствии с этой теорией хозяйственные явления имеют свои закономерности движения. Учёт отражает хозяйственные операции в их причинной зависимости, где одно явление служит причиной другого, второе – следствием первого. Эта теория объясняет двойную запись следующим образом: причина возникает раньше (в процессе «обмен – отдача») и отражается на кредите одного счёта, следствие возникает позже (в процессе «обмен – получение» предмета обмена) и отражается на дебете другого счёта [1; 4; 8]. Следовательно, на всех счетах кредит – это причина, а дебет – следствие явления. В качестве причин и следствий в этой теории используются обменные операции. В

этом отношении она сходна с меновой теорией. Сама сущность теории заключалась в том, что все хозяйственные операции рассматривались независимо от того, кто их выполняет (субъект) и с каким имуществом эти операции проводятся (объект). Автор считал, что задачей учётных наук является исследование хозяйственной деятельности с целью выяснения рациональности экономики. А значит, учётные науки изучают экономику предприятия, поэтому Л. Гомберг науку о хозяйственном учёте называл экономологией (экономология – наука, изучающая феномены экономической деятельности, подчиняя их раньше установленным правилам. Её объектом не является ни бухгалтерская, ни личная работа экономистов, а изучение феноменов, которые вытекают из этой работы). Операции, которые рассматриваются с таких позиций, приобретают характер хозяйственных явлений, подчиняющихся в своём развитии закону причинности. Исследование хозяйственных явлений требуют установления их причинно-следственной зависимости. Согласно философской теории, между отдельными хозяйственными явлениями всегда существует определённая причинная зависимость. Так, каждое хозяйственное явление представляет собой следствие любого другого хозяйственного явления, которое имело место раньше, и в то же время является причиной ещё одного хозяйственного явления, которое следовало из рассмотренного ранее. По мнению Л. Гомберга, начальное движение капитала предприятия может быть представлено следующей записью: капиталист – это кредит, а предприятие – дебет. В каждом движении капитала различают два пункта: начальный – причина движения и конечный – его следствие [3, с. 125]. Изучение хозяйственных процессов с точки зрения причины и следствия, по мнению Л. Гомберга, лежит в основе учётной дисциплины.

Поскольку каждое хозяйственное явление может быть одновременно и причиной, и следствием, постольку счета, в свою очередь, имеют две стороны: дебетовую и кредитовую. Для обеспечения необходимой системы в изучении хозяйственных явлений в учёте осуществляется группировка их совокупности с помощью счетов. Счёт, таким образом, отражает однородные явления, которые происходят с соответствующими ценностями. При этом записи явлений по счетам ведутся в следующем порядке: если явление рассматривается как причина, оно регистрируется по кредиту соответствующего счёта, если же оно рассматривается как следствие, то его регистрируют по дебету соответствующего счёта. Такой порядок Л. Гомберг сформулировал следующим образом: счета имеют две стороны: кредит – отражает выбытие ценностей, начало движения и его причину, а дебет – поступления ценностей, конец движения и его следствие. Поскольку движение капитала находится в пределах двух конечных пунктов – причины и следствия – и отражается в учёте дважды с двух сторон счетов, то итоги кредита и дебета равны, и сальдо счетов балансируется.

Таким образом, закон двойственности, согласно философской (логической) теории, имеет в своей основе единство причины и следствия хозяйственных явлений, которые отражаются в бухгалтерском учёте. Итак, совокупность записей по кредиту любого счета – это сумма начальных моментов движения ценностей, учитываемых на этом счёте – выбытия со счёта или, другими словами, сумма причин хозяйственных явлений; с другой стороны, все дебетовые записи должны давать сумму конечных моментов поступлений на этот счёт, то есть сумму последствий хозяйственных явлений. Путём вычитания этих сумм друг из друга мы получаем остаток или сальдо этого счёта. Эти дебетовые и кредитные сальдо образуют, соответственно, актив и пассив баланса. Таким образом, философская теория рассматривала баланс как таблицу, в активе которой перечисляются последствия причин, указанных в пассиве «Пассивы – суть причины, Активы – суть следствия», – говорил Л. Гомберг.

Другими словами, такое объяснение двойной записи – вульгаризация объективных причинно-следственных связей. Вооружаясь этой теорией, невозможно найти, где причина, а где следствие, какой счёт дебетовать, а какой кредитовать. Прибыль является следствием реализации продукции, а не причиной. При таком объяснении вообще теряется объективная причинно-следственная связь, поэтому данная теория не выдержала критики её оппонентов (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика меновой и философской теорий объяснения двойной записи

<i>Характеристики</i>	<i>Меновая теория</i>	<i>Философское направление</i>
Сущность	Меновая теория выделяет три главные группы ценностей: вещественные, денежные, условные.	Эта теория обосновала двойную запись причинно – следственными записями,

	При этом ценности выступают не как ценности, а как потоки в форме мены – обмена одних ценностей на другие. Но обмен должен быть всегда эквивалентным, и двойная запись является, таким образом, естественным следствием обмена.	возникающими в процессе деятельности. Философское направление рассматривало хозяйственное явление как причину и как следствие. Если явление рассматривалось как причина, то её отражали по кредиту счета, а если как следствие, то по дебету.
Год создания	1888	1891
Представители	А. М. Вольф, Е. Е. Сиверс, Н. А. Блатов	Л. И. Гомберг
Преимущества	Многие учёные считали эту теорию первой русской школой	Нетривиальность взгляда на двойную запись
Недостатки	Неприменима для объяснения всех случаев двойной записи	Вульгаризация объективных причинно-следственных связей

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведя анализ различных учётных теорий, можно сделать следующие выводы. В бухгалтерском учёте различают следующие теории аналитического характера: меновую и логическую (философскую). Представители этих теорий по-разному объясняли сущность двойной записи и её влияние на построение учёта. В меновой теории основное внимание уделяли потокам ценностей, а в логической – независимости хозяйственных операций от их субъектов и объектов. Однако обе эти теории, независимо от противоположности трактовок и представлений, имели огромное влияние на становление русской школы бухгалтерского учёта.

Литература

1. Пушкар, М. С. Історія обліку та контролю господарської діяльності [Текст] : навч. посіб. / М. С. Пушкар, Н. В. Гавришко, Р. В. Романів. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 223 с.
2. Пасько, Т. О. Історія бухгалтерського обліку: навчально-методичний посібник : для самостійного вивчення дисципліни / Т. О. Пасько. – Суми: Університетська книга, 2010. – 128с.
3. Соколов, Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учебное пособие / Я. В. Соколов. – М.: Аудит: ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
4. Вейцман Н. Р. Курс балансоведения. – М.: Центросоюз, 1927. – 246 с.
5. Помазков Н. С. Элементы бухгалтерского учета в предприятиях советской торговли / Н. С. Помазков. – Л.: Ленингр. ин-т руководящих работников Наркомторга СССР, 1939. – 288с.
6. Блатов Н. А. Баланс промышленного предприятия и его анализ. – Л., 1940.
7. Рудановский, А. П. Теория балансового учёта. Оценка, как цель балансового учёта, счётное исчисление /А. П. Рудановский.– М.: АО «Московское научное издательство «Макиз», 1928.
8. Галаган А. М. Счетоводство в его историческом развитии. – М. – Л., 1927.

УДК 657:658.14

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И МЕТОДИКИ АУДИТА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Мишина Ю. А.,

студентка кафедры учета и аудита,

Верига А. В.,

д.э.н., доцент кафедры учета и аудита,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье раскрыто содержание составляющих собственного капитала; приведена сравнительная характеристика отражения собственного капитала на

счетах бухгалтерского учёта в соответствии с планами счетов Украины и Российской Федерации; определена цель аудита собственного капитала; дано описание аудиторских процедур.

Ключевые слова: *собственный капитал; план счетов бухгалтерского учёта; сравнительная характеристика; аудит собственного капитала; аудиторские процедуры.*

The article reveals the content of components equity capital; the comparative characteristic of the reflection equity capital in the accounts in accordance with the charts of accounts in Ukraine and the Russian Federation; defined objective of the audit of equity capital; describes the audit procedures.

Keywords: *equity capital; the chart of accounts; comparative characteristic; audit of equity capital; the audit procedures.*

Постановка проблемы. В условиях развития рыночных отношений организации самостоятельно формируют свои ресурсы, основными источниками которых могут выступать взносы юридических и физических лиц, прибыль прошлых периодов, средства, полученные от продажи ценных бумаг, кредиты, а также прочие поступления, которые не противоречат законодательству. Собственный капитал является основой для начала и осуществления хозяйственной деятельности любого предприятия, одним из наиболее существенных и важных показателей. Поэтому необходимо уделять значительное внимание нормативной базе, которая постоянно меняется, учёту собственного капитала, его надлежащей организации и соответствующему представлению в финансовой отчётности, что особенно имеет значение для принятия правильных управленческих решений. На современном этапе основное место в стратегии деятельности предприятия занимают проблемы эффективного формирования, рационального использования и управления собственным капиталом. Таким образом, одним из главных участков аудиторской проверки является аудит собственного капитала, поскольку от правильности ведения учёта собственного капитала зависит достоверность и правильность формирования и использования собственности предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию вопросов развития бухгалтерского учёта и методики аудита посвящено большое количество трудов как иностранных, так и отечественных учёных, профессиональных аудиторов, среди которых Бабаев Ю. А., Бондарь В. П., Бутынец Ф. Ф., Верига А. В., Кулаковская Л. П. и др. При этом совершенствование методики аудита собственного капитала предприятия продолжает оставаться актуальным вопросом в условиях развития экономики и общества в целом.

Актуальность. Необходимость совершенствования методики аудита связана с развитием системы бухгалтерского учёта, объективной потребностью повышения качества аудита для удовлетворения потребности общества в достоверной информации о финансово-экономическом состоянии предприятия.

Целью статьи является раскрытие содержания составляющих собственного капитала предприятия, особенностей отражения на счетах бухгалтерского учёта, проведение сравнительной характеристики организации учёта собственного капитала по планам счетов Украины и Российской Федерации, определение цели аудита собственного капитала, раскрытие специфики аудиторских процедур.

Изложение основного материала исследования. Всякой организации для осуществления хозяйственной деятельности необходимо иметь в распоряжении определённый капитал, который выступает базой создания и развития предприятия и представляет собой совокупность материальных ценностей, денежных средств, финансовых вложений и прочих ресурсов, необходимых для осуществления деятельности. Собственный капитал – это общая стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на правах собственности, которые используются для формирования активов. Он является одним из наиболее существенных и важных показателей, поскольку выполняет следующие функции [1, с. 74]:

- самостоятельности и власти; ответственности и защиты прав кредиторов;
- долгосрочного кредитования;
- кредитоспособности;
- компенсации понесенных убытков;
- распределения доходов и активов.

Собственный капитал насчитывает семь составляющих, основное содержание поэлементной расшифровки которых приведено на рис. 1.



Рис. 1. Содержание составляющих собственного капитала
(построен на основании [2, с. 347])

Для проведения сравнительной характеристики счетов учёта собственного капитала по планам счетов бухгалтерского учёта Украины и Российской Федерации в табл. 1 приведена характеристика предназначения счетов бухгалтерского учёта в соответствии с инструкцией к Плану счетов бухгалтерского учёта активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций [3] и инструкцией к Плану счетов бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности организаций [4].

Таблица 1

Сравнительная характеристика счетов учёта собственного капитала в соответствии с инструкциями к Планам счетов Украины и Российской Федерации

Номер и название счёта по Плану счетов Украины	Номер и название счёта по Плану счетов РФ	Предназначение счёта
Счёт 40 «Зарегистрированный (паевой) капитал»	Счёт 80 «Уставный капитал»	– предназначен для учёта и обобщения информации о состоянии и движении уставного, прочего зарегистрированного, паевого капитала предприятия, а также взносов в объявленный, но ещё не зарегистрированный уставный капитал.
Счёт 41 «Капитал в доценках»	Счёт 83 «Добавочный капитал»	– предназначен для учёта и обобщения информации о дооценке (уценке) необоротных активов и финансовых инструментов, которые отражаются в составе собственного капитала
Счёт 42 «Дополнительный капитал»	Счёт 83 «Добавочный капитал»	– предназначен для обобщения информации о суммах, на которые стоимость реализации выпущенных акций превышает их номинальную стоимость, а также о стоимости необоротных активов,

		бесплатно полученных предприятием от других лиц, и других видов дополнительного капитала
Счёт 43 «Резервный капитал»	Счёт 82 «Резервный капитал»	– предназначен для обобщения информации о состоянии и движении резервного капитала предприятия, созданного в соответствии с действующим законодательством и учредительными документами за счёт нераспределённой прибыли
Счёт 44 «Нераспределённые прибыли (непокрытые убытки)»	Счёт 84 «Нераспределённая прибыль (непокрытый убыток)»	– ведётся учёт нераспределённых прибылей или непокрытых убытков текущего и прошлых лет, а также использованной в текущем году прибыли
Счёт 45 «Изъятый капитал»	Счёт 81 «Собственные акции (доли)»	– ведётся учёт изъятых капитала, в случае выкупа собственных акций (долей) у акционеров с целью их перепродажи, аннулирования и др.
Счёт 46 «Неоплаченный капитал»	-	– предназначен для обобщения информации об изменениях в составе неоплаченного капитала предприятия

Исходя из информации, приведённой в таблице, можно сделать вывод о том, что хотя и имеются различия в номерах и названиях счетов, параллели прослеживаются достаточно чётко. Предназначение счёта 40 «Зарегистрированный (паевой) капитал» соответствует предназначению счёта 80 «Уставный капитал»; предназначение счёта 42 «Дополнительный капитал» соответствует предназначению счёта 83 «Добавочный капитал»; предназначение счёта 43 «Резервный капитал» соответствует предназначению счёта 82 «Резервный капитал»; предназначение счёта 44 «Нераспределённые прибыли (непокрытые убытки)» соответствует предназначению счёта 84 «Нераспределённая прибыль (непокрытый убыток)»; предназначение счёта 45 «Изъятый капитал» соответствует предназначению счёта 81 «Собственные акции (доли)». В соответствии с украинским Планом счетов бухгалтерского учёта активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций, после государственной регистрации субъекта хозяйствования его уставный капитал в сумме вкладов участников, предусмотренных учредительными документами, отражается по кредиту счёта 40 «Зарегистрированный (паевой) капитал» в корреспонденции со счётом 46 «Неоплаченный капитал». Фактическое поступление вкладов учредителей проводится по кредиту счёта 46 «Неоплаченный капитал» в корреспонденции со счётами по учёту денежных средств и других ценностей. В соответствии с российским Планом счетов бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности организаций, после государственной регистрации организации её уставный капитал в сумме вкладов участников, предусмотренных учредительными документами, отражается по кредиту счёта 80 «Уставный капитал» в корреспонденции со счётом 75 «Расчёты с учредителями». Фактическое поступление вкладов учредителей проводится по кредиту счёта 75 «Расчёты с учредителями» в корреспонденции со счётами по учёту денежных средств и других ценностей.

По кредиту счёта 83 «Добавочный капитал» кроме суммы разницы между продажной и номинальной стоимостью акций, вырученной в процессе формирования уставного капитала акционерного общества, отражается прирост стоимости внеоборотных активов, выявляемый по результатам их переоценки, что соответствует предназначению счёта 41 «Капитал в дооценках». Таким образом, прослеживается соответствие между методиками ведения бухгалтерского учёта собственного капитала субъекта хозяйствования по украинским и российским стандартам учёта. Для эффективной работы предприятиям необходимо осуществлять свою деятельность на законных основаниях, начиная с момента регистрации. Целью аудита собственного капитала является подтверждение информации о собственном капитале предприятия, его структуре и изменениях, которые произошли на протяжении отчётного периода. Задания аудита заключаются в анализе структуры капитала, полноте, достоверности, объективности и законности совершения и отражения всех хозяйственных операций, связанных с капиталом, отражение в финансовой отчётности. При проведении

аудита собственного капитала аудитору необходимо выполнить следующие задания [2, с. 120 – 121]:

- определить основные сведения о предприятии-заказчике, структуру его управления, полномочия руководителей при принятии управленческих решений;
- подтвердить информацию о распределении долей между участниками, своевременности и полноте внесения долей в зарегистрированный капитал;
- рассмотреть структуру собственного капитала, проанализировать изменения в структуре за прошлые периоды и в текущем периоде, оценить систему внутреннего контроля и бухгалтерского учёта предприятия;
- подтвердить полноту, достоверность, объективность и законность хозяйственных операций, связанных с собственным капиталом;
- проверить порядок распределения прибыли, которая остаётся в распоряжении организации после уплаты налогов и прочих обязательных платежей, а также правильность расчёта дивидендов.

План аудиторской проверки является документом организационно-методического характера, который содержит перечень основных разделов аудита, размещённых в логической последовательности. В плане отражаются виды запланированных работ, период их проведения и исполнители. При проведении аудита собственного капитала и учредительных документов аудитор в зависимости от оценки внутреннего контроля выбирает метод организации проверки (сплошной, выборочный или комбинированный) количество и виды аудиторских процедур, которые фиксирует в программе аудита. Основные аудиторские процедуры, которые могут использоваться при проведении аудита учредительных документов и собственного капитала, сгруппированы в табл. 2 на основании [5, с. 261-263].

Таблица 2

**Аудиторские процедуры при проведении аудита собственного капитала
и учредительных документов**

<i>Составляющие собственного капитала</i>	<i>Аудиторские процедуры</i>
Зарегистрированный (паевой) капитал	аудит состава и размера уставного капитала; аудит уплаты взносов в уставный капитал
Дополнительный капитал	аудит переоценки имущества; аудит дополнительного капитала в части средств, накопленных в результате расчётов с учредителями и безвозмездно полученных необоротных активов
Резервный капитал	аудит правильности создания и правомерности использования резервного капитала
Нераспределённые прибыли (непокрытые убытки)	аудит обоснованности показателя нераспределённой прибыли (непокрытого убытка)
Изъятый капитал	аудит правомерности изъятия, перепродажи и аннулирования собственных акций
Неоплаченный капитал	аудит информации об изменениях в составе неоплаченного капитала

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Для того чтобы предприятие эффективно осуществляло свою деятельность, его руководителям необходимо быстро и правильно принимать управленческие решения. Аудит позволяет не только анализировать прошлый опыт организации, но и прогнозировать пути его развития на перспективу. Собственный капитал является основой любого предприятия. Вопросы правильного формирования, рационального использования и эффективного управления собственным капиталом предприятия занимает основное место в стратегии его деятельности. Аудит собственного капитала позволяет выявить ошибки, отыскать необходимые резервы для осуществления успешной работы, поскольку от правильности ведения учёта собственного капитала зависит достоверность и правильность формирования и использования его собственных средств. Для отдельного предприятия используется различное количество и виды аудиторских процедур, которые применяются для выявления наличия или отсутствия необычных или неверно отражённых фактов и результатов хозяйственной деятельности, определяющих области потенциального риска и требующих особого внимания аудитора.

Литература

1. Огійчук М. Ф. Аудит : організація і методика [Текст] : навч. посіб. / М. Ф. Огійчук, І. Т. Новіков, І. І. Рагуліна ; М-во аграр. політики України. – К. : Алерта, 2010. – 584 с.
2. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України [Текст] : підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. – 6-те вид. – К. : А.С.К., 2007. – 784 с.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом МФУ від 30.11.99 № 291 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
4. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению : приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : garant.ru/12121087/
5. Аудит. Методика документування : кол. авторів. За заг. ред. академіка АЕНУ, д.е.н., проф. І. І. Пилипенка. – К. : Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України. – 2003. – 457 с.

УДК 332.146.2

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДОНБАССА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ*Куришко А. С.,**студентка кафедры финансов,**Шира Н. А.,**к. э. н., доцент кафедры финансов,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье определён ресурсно-промышленный потенциал Донбасса, обозначены слабые стороны региона, а также рассмотрены возможности развития и угрозы, которые этому препятствуют. Обосновано и доказано ключевую роль финансово-инвестиционной стратегии в развитии региона в целом. Предложена концепция финансово-инвестиционной стратегии Донбасса, которая будет направлена на стабилизацию экономической сферы региона.

Ключевые слова: *финансово-инвестиционная стратегия; экономический потенциал; ресурсный потенциал; промышленность*

The article defined resource and industrial potential of Donbass, marked weaknesses in the region, as well as the possibilities of development and threats which prevent this. The key role of financial and investment strategy in the development of the region as a whole is substantiated and proven. The concept of financial and investment strategy of Donbass, which will be aimed at stabilizing the economic sphere of the region, is offered.

Keywords: *financial and investment strategy; economic potential; resource potential; industry*

Постановка проблемы в общем виде. С изменениями, которые произошли в 2014 году и продолжают происходить по сегодняшний день в политической, социальной, правовой и экономической сферах жизнедеятельности региона и его жителей возникает необходимость процесса формирования финансово-инвестиционной стратегии Донбасса. Поэтому актуальность исследования состоит в том, что в условиях кардинальных перемен в Донбассе необходимо фундаментально и конструктивно подойти к вопросу перспективного развития региона, поиска возможных вариантов источников инвестиционных ресурсов, обоснования объёмов привлечённых средств и направлений их эффективного использования.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы развития Донбасса в своих работах рассматривали такие учёные, как Причина О. С., Фатеева С. В., Толстова М. Л., Шеховцов Р. В. и др.

Целью статьи является разработка концепции финансово-инвестиционной стратегии развития Донбасса и методический инструментарий к оценке инвестиционной привлекательности приоритетных предприятий региона, которые способны привести к стабилизации экономического состояния Донбасса и его дальнейшему устойчивому росту.

Изложение основного материала исследования. Донбасс (этим термином объединяют Донецкую и Луганскую области) – это регион площадью в 53,201 тыс. км² (который составляет 9,2 % от всей площади Украины) с населением 6,6 млн человек (14 % от всего населения Украины), включающий 89 городов и 36 районов. Характерной чертой хозяйственного комплекса Донбасса является сочетание мощной промышленности с многоотраслевым сельским хозяйством и развитым транспортом. Промышленность области представлена, в первую очередь, двумя отраслями: угольной и металлургической. Регион является основным поставщиком металла, топлива, продукции машиностроения и химической промышленности [1]. Доля отраслей промышленности Донбасса в структуре экономики Украины за 2013 год представлена на рис. 1.

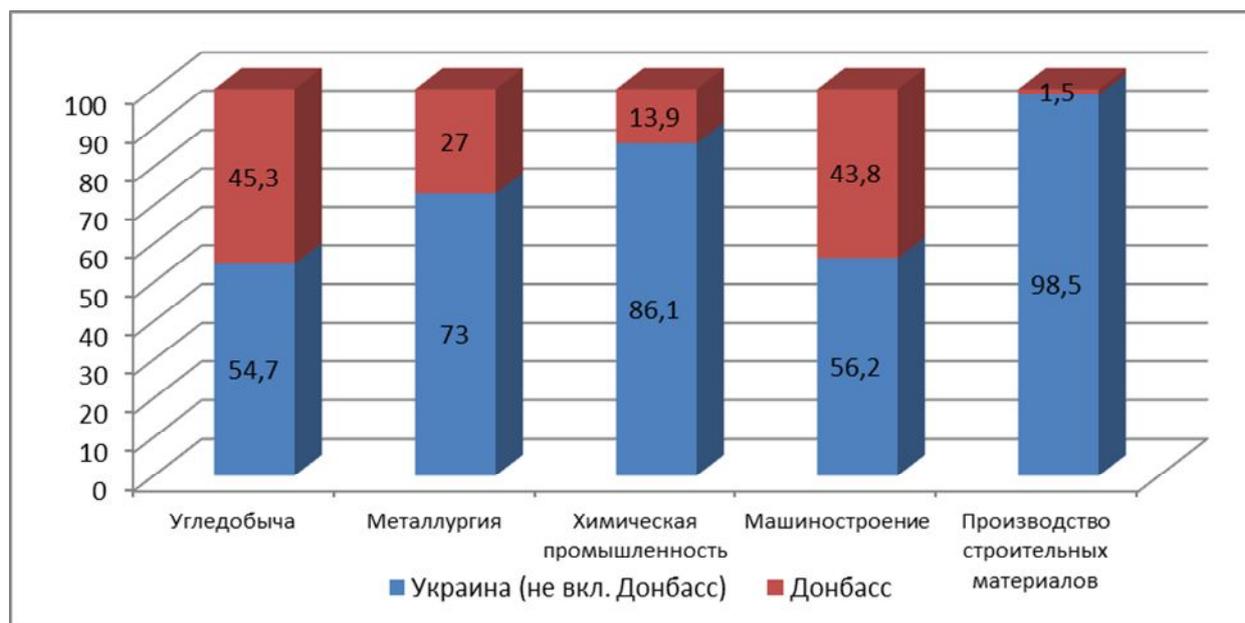


Рис.1. Доля отраслей промышленности Донбасса в структуре экономики Украины, %

Донецкая и Луганская области до начала боевых действий обеспечивали около 18 % промышленного производства государства [2; 3]. Как видим, приведённые цифры свидетельствуют о том, что Донбасс вносит существенный вклад в развитие экономики Украины, а также имеет самый высокий уровень занятого населения. Формирование нового этапа экономических отношений непосредственным образом отразилось на стабильности экономической структуры территории Восточного Донбасса. Как крупнейший промышленный центр со специализацией в угольной отрасли, регион претерпел значительное сокращение объёмов промышленного производства [4]. Промышленное производство Донецкой области за январь 2015 года, по сравнению с декабрем 2014 года, сократилось на 18,5 %; по сравнению с январем 2014 года – на 49,9 %, то есть в 2 раза. Сокращение индустрии области в январе 2015 года вызвано возобновившимися боевыми действиями. Промышленные предприятия региона были вынуждены вновь восстанавливать разрушенную транспортную и энергетическую инфраструктуру и испытывали существенные проблемы с доставкой сырья и отгрузкой готовой продукции. Промышленность Донбасса претерпела значительное сокращение по каждому из направлений (рис. 2).

В базовых отраслях промышленности региона по-прежнему нарушены традиционные производственные цепочки «уголь-кокс-металл» и «уголь-электроэнергия» [5]. Учитывая всё многообразие ресурсов, факторов и особенностей развития, основными конкурентными преимуществами региона, который год назад начал путь самоопределения, являются:

1. Развитый ресурсный потенциал.
2. Выгодное геоэкономическое и геополитическое положение.

3. Развитая транспортная инфраструктура (однако на данный момент около 50 % объектов требует основательного восстановления).

4. Диверсифицированная экономика Донбасса является основой устойчивости экономического развития всего региона.

5. Высокая концентрация населения обуславливает обширный потребительский рынок, а наличие развитого рынка труда делает регион привлекательным для инвестиций.

6. Развитая сеть образовательных и научных учреждений, наличие высокотехнологического производства обуславливают высокий уровень квалификации трудовых ресурсов и является базой для формирования и развития человеческого капитала [6].

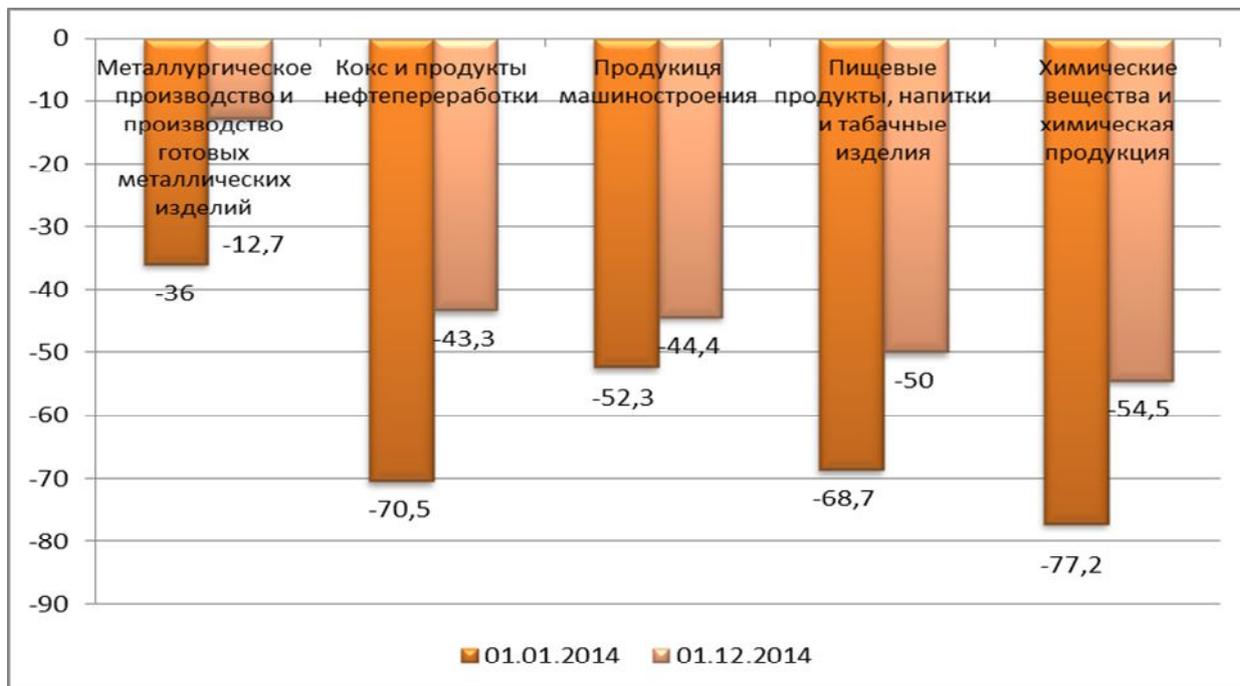


Рис. 2. Сокращение ведущих отраслей промышленности Донбасса за январь, декабрь 2014 год, %

Таким образом, Донбасс имеет мощный, развитый и разнонаправленный потенциал, который способен стать основой для самодостаточности региона. Для того чтобы реально оценить потенциальные возможности региона и предложить пути повышения инвестиционной привлекательности, нужен мониторинг проблем, которые сдерживают позитивное развитие. SWOT-анализ оценки инвестиционной привлекательности Донбасса представлен в табл. 1.

Таблица 1

SWOT-анализ Донбасса

Сильные стороны (внутренние преимущества)	Слабые стороны (внутренние недостатки)
<ul style="list-style-type: none"> – наличие разнообразных полезных ископаемых; – наличие почв достаточно высокой плодородности; – выгодное геоэкономическое и геополитическое положение; – экономический потенциал (до недавних времен область была регионом-донором для Украины); – трудовой потенциал; – густонаселённость области; – наличие высокого научно-технологического потенциала, особенно в сфере технических наук; – наличие городских агломераций, 	<ul style="list-style-type: none"> – относительно низкое качество и глубокое залегание полезных ископаемых, отсюда высокая себестоимость и энергоёмкость добычи; – нерациональное использование почв, сваливания на плодородные земли отработанной породы; – депрессивность региона после боевых действий: спад производства, изношенность основных фондов, высокий уровень безработицы, катастрофическое экологическое состояние, преимущественно сырьевой и полуфабрикатный характер экспорта; – высокий уровень заболеваемости и травматизм на производстве; – снижение квалифицированных кадров; – слабая связь науки с промышленностью; – устарела и изношена материально-техническая база

центра крупных городов – узлов опорного каркаса территории и потенциального притяжения инвестиций	науки, недостаточность её финансирования; – недостаточное финансирование научных исследований, направленных на модернизацию производства; – низкая инновационная активность предприятий обрабатывающей промышленности;
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
– свободная экономическая зона; – международной площадка для системного привлечения инвестиций и инноваций; – региональная политика, которая направлена на реструктуризацию промышленного комплекса области и постепенное уменьшение антропогенно-техногенной нагрузки на территорию области; – разработка комплексных проектов по восстановлению промышленных и жилых объектов региона, а также программы стабилизации экономической и социальной сфер	– сокращение трудоспособного населения; – высокая энергоёмкость продукции; – сдерживание диверсификации производства технологической отсталостью многих её отраслей; – значительные разрушения транспортной инфраструктуры; – большое количество производственных объектов и земель находится под угрозой минирования; – чрезвычайно большая антропогенно-техногенная нагрузка на окружающую среду; – невозможно проводить операции экспорта и импорта из-за экономической блокады региона; – почти полностью ликвидирована финансовая система; – разрыв торговых отношений с другими регионами и странами; – разрыв технологической цепочки «уголь-кокс-металл»

Существует множество проблем, которые существенно ограничивают развитие региональной экономики и её социальной базы, а также вызывают ухудшение инвестиционного климата региона. Поэтому концепция финансово-инвестиционной стратегии должна быть направлена на определение и верификацию ключевых проблем, в ней должны быть чётко определены сдерживающие факторы и предложены механизмы по реализации потенциала. В качестве основных проблем необходимо отметить:

1. Нестабильная и напряжённая ситуация в регионе в связи с боевыми действиями. В таких условиях социально-экономическое развитие территории затруднено.

2. Экономическая блокада части региона со стороны Украины затрудняет не только ведение бизнеса, но и приводит к разрыву отношений между субъектами хозяйствования.

3. Блокирование банковской системы части региона в значительной мере затрудняет финансовые отношения физических и юридических лиц. Это также исключает возможность ведения финансовой деятельности предприятий на внутренних и внешних рынках.

4. Значительные разрушения в инфраструктуре региона, а её комплексное восстановление требует крупных финансовых вложений и инвестиций.

5. Сокращение предприятий малого, среднего и крупного бизнеса привело к увеличению безработицы (без работы остались 90 % сотрудников мелкого и среднего бизнеса и 50 % – больших предприятий).

Представленная совокупность пунктов негативно влияет на состояние инвестиционного климата. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что Донбасс имеет на данный момент довольно обширный спектр проблем, которые требуют обоснованного плана действий и конструктивных решений. Финансово-инвестиционная стратегия не может решить все проблемы региона, но при её формировании необходимо учитывать каждую из вышеперечисленных проблем. Формирование и использование инвестиционных механизмов и финансовых рычагов регулирования процессов стратегического развития региона осуществляется в рамках его финансовой и инвестиционной политики, определяющей выбор, приоритеты и объёмы привлечения и расходования средств [7]. В силу кризисного состояния большинства региональных производителей внутренние источники инвестирования работающих предприятий региона, т. е. самофинансирование из фондов развития, эмиссионные ресурсы и другие, являются маломощными или же не имеются вовсе. Также многие предприятия основательно повреждены вследствие боевых действий и требуют капитального восстановления. Экономическая ситуация на Донбассе крайне сложная, производство едва работает. Сегодня имеются разные оценки падения его уровня в базовых отраслях промышленности Донбасса, в среднем оно достигает от 30 до 50 %. Рассчитывать на

Центральный Банк как источник кредитных и инвестиционных ресурсов, в первую очередь, для реального сектора экономики нельзя, так как объёмы финансирования и инвестирования очень велики, поэтому большое значение имеет выработка единой финансово-инвестиционной стратегии региона и координация финансовой и инвестиционной деятельности в административно-хозяйственном управлении на территории региона в целом. В научной литературе выделяют десятки целей, которые можно достичь при реализации финансово-инвестиционной стратегии.

Однако при разработке и реализации финансово-инвестиционной стратегии Донбасса в современных условиях приоритетным является восстановление и стабилизация экономической и социальной жизни региона (рис. 3). Главная цель финансово-инвестиционной стратегии – совершенствование организационно-правовой основы функционирования экономики с помощью формирования финансово-инвестиционной стратегии для стабилизации и дальнейшего создания условий устойчивого экономического роста. Следует отметить, что стратегия, направленная на повышение экономического и социального развития региона, не является инертным процессом и требует постоянной корректировки с учётом влияния как негативных, так и положительных тенденций развития макро- и микроэкономической среды, формирования перспективных тенденций и поиска адекватных инструментов финансового развития. Конкретизация направлений финансовой стабилизации территориального развития является в той же мере актуальной.

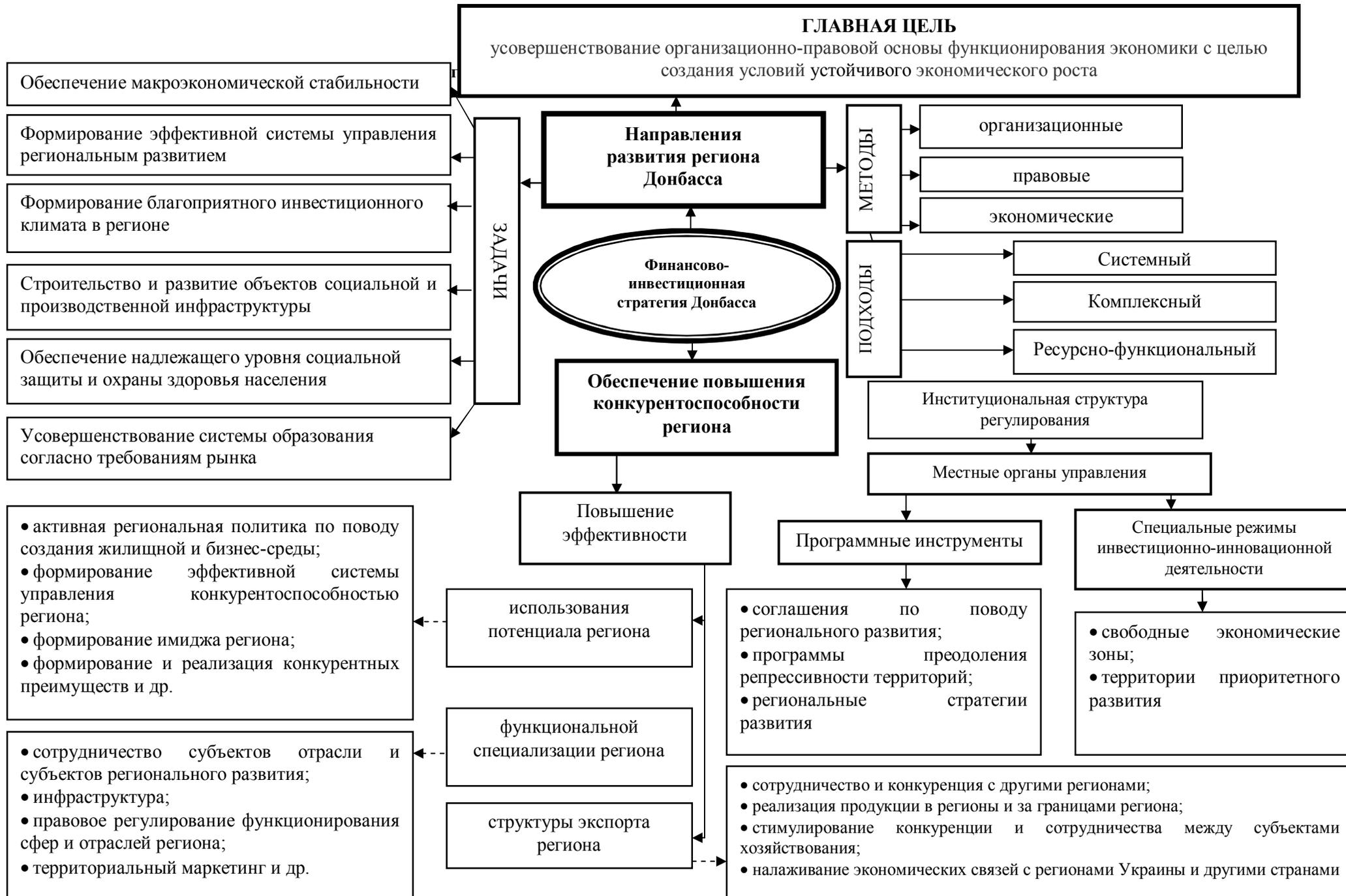


Рис. 3. Финансово-инвестиционная стратегия Донбасса

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Уровень экономической устойчивости региона зависит от его внутреннего состояния, а также сферы социального развития. Поэтому обеспечение стабилизации и роста экономической составляющей региона является приоритетным направлением деятельности региона в целом. Улучшение экономических позиций позволит повысить инвестиционную привлекательность Донбасса. Таким образом, вместе с решением экономических, инфраструктурных и социальных проблем, будет происходить повышение интереса иностранных инвесторов к региону.

Литература

1. Донецкая область / Украина сегодня [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://rada.com.ua/rus/RegionsPotential/Donetsk>.
2. Главное управление статистики Донецкой области / Социально-экономическое положение региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.donetskstat.gov.ua>
3. Колтунович А. С. Роль Донбасса в экономике Украины: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vybor.ua/article/economika/rol-donbassa-v-ekonomike-ukrainy.html>
4. Ковалева А. В. Историко-генетический анализ проявления депрессивности в экономике территорий восточного Донбасса / А. В. Ковалева, И. В. Мошкин // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2013. – № 11. – Т. 4 – С. 85-91.
5. Полончевская Т. Г. Для промышленности Донецкой области 2015 год начался с низкого старта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://donetskstat.gov.ua/news/-4339_news.php
6. Шеховцов Р. В. Стратегия долгосрочного социально-экономического развития Еврорегиона «Донбасс»: актуальные проблемы, задачи и перспективы инфраструктурно-логического развития / Р. В. Шеховцов // Инженерный вестник Дона. – 2012. – № 1. – Т. 19. – С. 509-514.
7. Причина О. С. Финансово-инвестиционные стратегии региона / О. С. Причина, С. В. Фатеева // TERRA ECONOMICUS. – 2009. – № 3–3. – Т. 7. – С. 215-217.

УДК 316.612

**ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫХ ОРИЕНТАЦИЙ
СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ****Липко А. Н.,***студентка кафедры социологии управления,***Самотаева Э. А.,***к. психол. н, доцент кафедры социологии управления,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье изложены результаты исследования особенностей ценностно-мотивационной сферы современной молодёжи. Проблема рассматривается с психологической точки зрения и в ракурсе возможного направления социальной работы с молодёжью.

Ключевые слова: *студенты, ценности, социум, влияние, социализация.*

The article presents the results of studies of the value-motivational sphere of modern youth. The problem is considered from the psychological point of view and from the perspective of the possible directions of social work with young people.

Keywords: *students, values, society, the impact of socialization.*

Постановка проблемы. Каждое общество имеет уникальную ценностно-ориентационную структуру. Поскольку набор ценностей, который присваивает индивид в процессе социализации, «транслирует» именно общество, то исследование системы ценностных ориентаций личности является особенно актуальной проблемой в ситуации кардинальных социальных изменений, когда имеет место определённая «размытость» общественной ценностной структуры, ослабляется действие социальных норм, а в принятых социумом идеалах возникают противоречия. Молодёжь является довольно широкой социально-демографической группой, составляющей основу будущего. Как неотъемлемая часть любого общества, вовлечённая в многочисленные процессы модернизации и стабилизации социума, она является не только своеобразным индикатором происходящих перемен, но и формирует потенциал будущего инновационного общества. От ценностных предпочтений нынешней молодёжи полностью зависит дальнейшая жизнь общества, его развитие в культурном и материальном плане. Поэтому вопрос о ценностях современной молодёжи, о противоречиях и проблемах, существующих в ценностно-мотивационной сфере современных юношей и девушек, приобретает всё большее значение и актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. Роль молодежи в современном обществе рассматривается многими исследователями, в частности, В. Кузнецовым, И. Нехорошевой, О. Тоистевой. Направления развития современной молодежи освещают такие авторы, как Е. Певцова, В. Головченко и др. Весомый вклад в изучение ценностных ориентаций молодёжи внесён работами известных российских социологов В. А. Ядова, В. Г. Лисовской и многих других. С точки зрения психологии, ценностные ориентации рассматриваются как один из важнейших факторов формирования личности (Л. И. Божович, Н. Р. Битянова, И. С. Кон, А. В. Мудрик). По мнению большинства авторов, система ценностных ориентаций находится в центре содержательного отношения «Я – мир» и определяет потребностно-мотивационный вектор социального поведения человека. Трансформации ценностных ориентаций молодёжи в период социально-экономических изменений особое внимание уделяется в работах Н. А. Журавлевой, Л. А. Регуша, Д. И. Фельдштейна, Гаврилюк В. В., Трикоз Н. А.

Актуальность. Современная ситуация ставит молодёжь в очень сложные условия. Изучение ценностных ориентаций современной молодёжи даёт возможность выявить проблемы и определить направления социальной работы с молодёжью, что, в целом, может способствовать более благоприятному дальнейшему развитию общества и страны. По мнению многих авторов, наиболее чувствительным для развития ценностных ориентаций личности является период студенчества, что обеспечивает их функционирование как особой системы, которая оказывает решающее воздействие на направленность личности и её активную социальную позицию. Тем не менее, в большинстве работ ценностные ориентации студентов и их динамика рассматриваются в ракурсе профессиональной подготовки. Нам же, в ракурсе

возможного направления социальной работы с молодёжью, представляется актуальным исследование ценностных ориентаций студенческой молодежи под углом зрения морально-этической направленности.

Цель статьи – на основе исследования ценностно-мотивационной сферы современных студентов определить, какие ценности являются основными для молодого поколения, какие проблемы существуют в ценностно-мотивационной сфере современных юношей и девушек. Другими словами – чем живет, к чему стремится молодое поколение, что его волнует.

Изложение основного материала исследования. Система ценностей человека является «фундаментом» его отношения к миру. В широком смысле ценности человека – это значимость явлений и предметов реальной действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям общества, социальной группы, личности; в более узком смысле – нравственные и эстетические требования, выработанные человеческой культурой. Молодёжный возраст представляет собой как бы «третий мир», существующий между детством и взрослостью, так как биологическое созревание завершено (уже не ребенок), но в социальном отношении это ещё не самостоятельная взрослая личность [1].

Не секрет, что сейчас весь мир переживает тяжёлые времена. Кризисные явления происходят во всех сферах жизни: экономической, социальной, в сфере ценностных ориентаций. Старшее поколение имеет уже устоявшиеся ценности, которые не так легко меняются под влиянием событий. А молодёжь – это та часть общества, которая ещё вырабатывает свою систему, и эта система во многом зависит от того, что происходит вокруг. Ценностный мир каждого человека необъятен. Однако существуют некие «сквозные» ценности, которые являются стержневыми в любую эпоху и в любом обществе. Молодёжь представляет собой неограниченный источник сил и новых веяний, поэтому воспитание моральных ориентиров молодёжи является первостепенным для нашего общества [2].

В настоящей работе в качестве представителей современной молодёжи рассматривались студенты, поскольку, как уже отмечалось выше, период студенчества является наиболее чувствительным для развития ценностных ориентаций личности и интересен с точки зрения социального развития молодёжи. Для определения структуры ценностных ориентаций студентов была использована методика «Диагностики системы ценностных ориентаций личности Е. Б. Фанталовой» [3]. В основу методики положена процедура парного сравнения. Она направлена на определение уровня дезинтеграции в мотивационно-личностной сфере. Данная методика также позволяет определить ценностные приоритеты в жизни молодого поколения. Она помогает выявить проблемы нравственного воспитания молодёжи, через показатели «ценность – доступность» отражающие степень расогласования и неудовлетворённости текущей жизненной ситуацией, внутренней конфликтности; уровень блокады основных потребностей, с одной стороны, и самореализации и гармонии – с другой. В исследовании приняли участие студенты различных вузов г. Донецка (25 человек) в возрасте от 18 до 25 лет – 15 девушек и 10 юношей. Анализ результатов, полученных с применением данной методики, показал, что у большинства студентов имеются расхождения между ценностью и доступностью в некоторых жизненных сферах, но эти расхождения не имеют критического значения. Так, низкий уровень дезинтеграции в мотивационно-личностной сфере наблюдается у 20 % респондентов, средний уровень – у 60 % , высокий уровень – у 20 %.

По мнению Е.Б. Фанталовой, индекс расхождения таких психологических параметров, как «ценность» (Ц) и «доступность» (Д), которые являются ключевыми в разработанной ею методике, является индикатором внутренних конфликтов в мотивационной сфере человека. Если такое расхождение существует, но оно незначительное, то это является стимулом к развитию, самосовершенствованию, достижению определённых результатов. Если же оно слишком велико, то это, наоборот, тормозит развитие человека, является свидетельством серьёзного внутриличностного конфликта [3]. Какие именно ценности являются для современной молодёжи приоритетными, что молодёжь считает для себя легко доступным, что недоступным, и в каких именно сферах расхождение по ценности и доступности наиболее существенно, отражено в табл. 1.

Таблица 1

Усредненные результаты тестирования по методике Е. Б. Фанталовой

Понятия-ценности	Значимость	Доступность
Активная, деятельная жизнь	3	7
Здоровье (физическое и психическое)	11	7
Интересная работа	7	6

Красота природы и искусства	2	4
Любовь	9	8
Материально обеспеченная жизнь	7	6
Наличие хороших и верных друзей	10	6
Уверенность в себе	7	7
Познание	5	8
Свобода как независимость в поступках и действиях	6	6
Счастливая семейная жизнь	11	10
Творчество	3	5

Как можно заметить, для респондентов наиболее значимыми являются счастливая семейная жизнь, здоровье и хорошие друзья. Причём обращает на себя внимание тот факт, что такие понятия – ценности, как «наличие хороших верных друзей» и «здоровье» по ценности и доступности имеют значительные расхождения, что, скорее всего, является отражением именно нынешней ситуации. Многие хорошие друзья уехали, а здоровье, традиционно вполне доступное для молодёжи, сильно подвержено влиянию стрессов, да и вообще у молодёжи, к сожалению, есть вполне обоснованный повод опасаться за свою жизнь. Этические ценности, которые обеспечивают полноценное и безопасное существование человека в обществе, а также гарантируют цельность и прогрессивное развитие самого общества, занимают важное место в жизни современной молодёжи. Это такие ценности, как «любовь», «свобода», «счастливая семейная жизнь». Активная деятельная жизнь для наших респондентов является вполне доступной, но мало ценной. Этот факт вызывает опасения, ведь человек реализует свою сущность в деятельности, в целенаправленной активности, в чем, собственно, и проявляется его свобода воли. Молодёжь XXI века имеет другие ценности, ставит для себя другие приоритеты, нежели молодёжь прошлых лет. Это заметно по таблице: красота природы и искусства, творчество, познание меньше всего интересуют молодёжь, хотя познание, то есть расширение круга интересов, повышение уровня образования является вполне доступным. Таким образом, опрошенные респонденты хотят утвердиться в жизни, найти достойную работу, создать семью, но, к сожалению, ожидают всего этого пассивно. Высокий рейтинг имеют у молодых материальные ценности – в том числе и как средство достижения семейного благополучия. Такая материально-финансовая ориентированность молодёжи объяснима: родилось нынешнее молодое поколение в эпоху перемен, а детство его пришлось на тяжёлые для всего постсоветского пространства годы. Детям 90-х пришлось насмотреться, как их родители приспособивались, буквально выживали, стремясь заработать минимум средств для обеспечения основных нужд. Врезавшиеся в память трудности тех лет заставляют нынешнюю молодёжь желать стабильности и денег как средства достижения этой стабильности. Об этом свидетельствуют и исследования российских учёных [1].

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

1. В целом, система ценностей современной молодёжи представляет собой традиционные её виды: семья, здоровье, коммуникация и ценности, связанные с достижением успеха: деньги, независимость, хорошая работа.

2. Для современной молодёжи приоритетное место занимают этические ценности (любовь, дружба, семейное счастье), но большинство из них придерживается пассивной позиции, желая скорее получать данные блага, чем активно их добывать. Эстетические ценности, важные для развития личности, очень слабо представлены в мотивационной сфере опрошенных студентов.

2. Современная ситуация способствует тому, что молодое поколение боится остаться без поддержки и внимания со стороны друзей и семьи.

Поскольку исследование носило пилотажный характер, его продолжение видится в расширении выборки и дополнении исследовательского аппарата. Тем не менее, уже сейчас можно ориентировочно наметить направления социальной работы с молодёжью:

– необходимо формирование условий, направленных на физическое и духовное развитие молодёжи;

– важно повышение образовательного и культурного уровня молодёжи, особенно наиболее социально уязвимых её слоев.

Работа с молодёжью по формированию ценностных ориентаций необходима ещё и потому, что к 18-20 годам у человека, как правило, формируется система базовых ценностей, то

есть тех, которые влияют на все его решения и поступки. В дальнейшем с течением лет она остаётся практически неизменной, и существенный ценностный переворот в сознании зрелого человека возможен только под влиянием сильнейшего стресса или жизненного кризиса. Необходимо стимулировать активность молодёжи, поскольку судьба общества, успех его дальнейшего развития находится в её руках. Именно от неё зависит, какое будущее нас ждёт.

Литература

1. Волков Ю. Г., Добренков В. И., Кадария Ф. Д., Савченко И. П., Шаповалов В. А. Социология молодежи / Под ред. Ю. Г. Волкова. – Ростов-на Дону: Феникс, 2001. – 576 с.
2. Гаврилюк В. В., Трикоз Н. А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации (различные подходы к определению поколения) // Социологические исследования. – 2000. – № 12. – С. 96–108
3. Фанталова Е. Б. Об одном методическом подходе к исследованию мотивации и внутренних конфликтов / Е. Б. Фанталова // Психологический журнал. – 1992. – Т. 13. – № 1. – С. 107–115.

УДК 316.334.22

НЕОБХОДИМОСТЬ СОБЛЮДЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РАБОТНИКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ С ОПАСНЫМИ УСЛОВИЯМИ ТРУДА (НА ПРИМЕРЕ ШАХТ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ)

Кохан О. А.,

студентка кафедры социологии управления,

Данилова С. В.,

старший преподаватель кафедры социологии управления,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В данной статье содержится краткий теоретический анализ изучения проблемы аварийности угольных шахт. Показана роль человеческого фактора в возникновении аварий и травматизма. Приводится статистика травматизма и аварийности на примере шахт Донецкой области. Рассмотрены основные аспекты, влияющие на несоблюдение правил техники безопасности среди людей, работающих в экстремальных видах деятельности.

Ключевые слова: *угледобывающая шахта; техника безопасности; правила техники безопасности; человеческий фактор.*

This article provides a brief theoretical analysis study of the problem of accidents in coalmines. Shows the role of the human factor in the occurrence of accidents and injuries. Provides statistics on injuries and accidents on the example of mines in Donetsk region. The main aspects influencing the non-compliance of safety rules among people working in extreme activities.

Keywords: *coal mine; safety; safety instructions; human factor.*

Постановка проблемы. Проблема высокой аварийности угольных шахт Донбасса сегодня, как и десятилетия назад, остаётся достаточно острой. Прежде всего, такая ситуация обусловлена чрезвычайно неблагоприятными условиями добычи угля. Аварии, происходящие на донецких шахтах, очень часто носят катастрофический характер. В результате этих аварий гибнут люди, происходит значительное разрушение зданий и сооружений шахты. Факторов, влияющих на частоту и тяжесть аварий на шахтах, очень много. Некоторые из них имеют прямое и весомое влияние; вес некоторых из них незначительный и влияние опосредованное, но в целом все они являются факторами, которые обуславливают общее состояние аварийности угледобывающего предприятия. Одним из главных факторов, влияющих на аварийность, является необходимость соблюдения технической безопасности рабочих. В этой связи всё более остро встаёт проблема соблюдения правил техники безопасности. Ведь государство, обеспечивая каждому право на надлежащие, безопасные и здоровые условия труда, реализует свою конституционную обязанность защищать жизнь и здоровье человека.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ литературы показал, что абсолютной, 100 %-ной безопасности не существует, поскольку использование любой техники и технологии таит в себе определённый риск возникновения несчастных случаев и аварий. В связи с этим проанализирована проблема количественной оценки риска и ущерба здоровью в результате негативного (экстремального) воздействия субъективных факторов травматизма, а также необходимых средств на обеспечение безопасности. Рассмотрены психологические аспекты безопасности, включающие субъективные оценки человеком риска травматизма, влияние психологического состояния человека на безопасность (А. Либерман) [1]. Выделена группа наиболее весомых факторов, которые обусловлены низким уровнем технологической оснащённости шахт, низким уровнем организации, а именно – отсутствием достаточной профессиональной подготовки и осознанности работников шахт любого уровня (Е. Чуриканова) [2].

Понятие угледобывающей шахты рассматривается учёными как уникальная по сложности производственная среда с вредными и опасными условиями труда, где нарушение Правил безопасности и других регламентирующих нормативов по охране труда в подземных условиях даже одним работником может привести к катастрофическим авариям с тяжёлыми последствиями: многочисленными человеческими жертвами, огромными материально-техническими и финансовыми потерями (В. Ивашин, Ю. Ивашин) [3]. Человеку свойственно стремление к упрощению своих операций при выполнении работы, и, как следствие, он чего-то не учитывает, не замечает, проявляет невнимательность, неосторожность, чрезмерную самоуверенность, склонность к риску. Отсутствие эффективных мер для предотвращения и снижения факторов риска приводит к непринятию исполнителем адекватных мер при проявлениях чрезвычайных ситуаций (Ю. Драчук, Н. Кузьменко, С. Смоланов) [4]. «Человеческим фактором» обуславливается более 80 % травм в отрасли (Н. Левкин) [5]. Однако в доступной литературе нами не обнаружено исследований, касающихся изучения субъективных факторов травматизма среди людей, работающих на предприятиях с опасными условиями труда.

Актуальность. Актуальность изучения правил соблюдения технической безопасности работниками на предприятиях с опасными условиями труда является бесспорным, так как одной из самых опасных отраслей производства является горнодобывающая промышленность. Так, только за шесть месяцев 2014 года на угольных предприятиях Донбасса были травмированы 1432 горняка, из них 66 – смертельно (сообщение пресс-службы Профсоюза работников угольной промышленности). Этот показатель смертности на 37 % выше, чем в аналогичном полугодии 2013 года, когда погибли 48 человек.

Цель статьи. Изучение субъективных факторов травматизма среди людей, работающих на предприятиях с опасными условиями труда.

Изложение основного материала. Отставание возможностей человека от развития техники, увеличение количества несчастных случаев и аварий происходят уже по вине человека, а не техники. Если раньше (до 70-х годов XX века) более 75 % всех происшествий в техногенной сфере была вызвана техническими причинами, то сегодня прослеживается тенденция резкого сдвига причин этих происшествий в сторону человеческого фактора. Известно, что угольная отрасль считается одной из самых опасных. Ежегодно на донецких шахтах на производстве гибнут и травмируются десятки горняков. На вопрос о том, как этого избежать, эксперты часто разводят руками – повлиять на такой аспект, как человеческий фактор, очень важно. Ведь именно он является главной причиной такого высокого уровня смертности в угольной отрасли [6]. Более 60 % несчастных случаев объясняются незнанием или нарушением требований безопасности труда, трудовой дисциплины, неудовлетворительной организацией производства, то есть человеческим фактором. По результатам расследований крупных аварий на угольных шахтах из-за взрыва метана установлено, что в данных авариях всё реже происходят случаи отказа применяемых совершенных машин и оборудования и всё чаще решающим фактором (причиной) таких аварий является человеческий фактор в различных его формах и видах. Основными причинами таких аварий могут быть:

- «смелость незнания» (не ощущение) работающими опасностями, в частности, угольной пыли как взрывчатого вещества;
- действия работающих лиц технического надзора, не адекватных опасным условиям;
- халатность по отношению к исполнению своих обязанностей;
- недисциплинированность горняков;

- занижение оценки критических ситуаций и низкой требовательности надзора шахт к соблюдению параметров работ;
- ошибочные действия (умышленные или неумышленные) шахтёров.

В Донецкой области за каждый миллион тонн угля приносят в жертву трёх горняков. Об этом сообщает Главное управление статистики в Донецкой области. Уровень травматизма, связанного с производством, составил за 2009 год 3,9 случая в расчёте на 1000 занятых в экономике области, а в угольной промышленности этот показатель в пять с лишним раз выше – 21 травмированный на 1000 работников. На угольную отрасль в 2009 году приходилось 68 % всех пострадавших на производстве и 69 % погибших. Всего на угольных предприятиях области в 2009 году было травмировано 3055 человек, что меньше предыдущего года на 6,1 %. При этом число погибших не уменьшилось и составило 93 человека против 92 в 2008 году. Как отмечает областное управление статистики в Донецкой области, на многих предприятиях порой не выполняются необходимые мероприятия по технике безопасности, не хватает средств индивидуальной защиты, становится опасным для персонала изношенное оборудование. Так, по причинам технического характера в 2009 году в области произошло 9 % всех несчастных случаев на производстве и 17 % – со смертельным исходом, на организационные причины приходилось соответственно 80 % и 66 %. Управление статистики также указывает, что «часто роковую роль играет пресловутый «человеческий фактор».

Нарушение трудовой и производственной дисциплины в 2009 году обернулись травмами для 942 человек, а это каждый пятый пострадавший. Из-за нарушения технологического процесса травмировано 636 работников, или седьмая часть всех пострадавших на производстве, почти столько же (609 человек) – вследствие нарушений требований безопасности во время эксплуатации оборудования, машин и механизмов. В последние годы практически после каждой крупной аварии Госгорпромнадзор усиливал меры по соблюдению безопасности труда. Так, с 25 июня 2000 года введена система управления охраной труда на предприятиях отрасли. С ноября 2000 года на шахтах с повышенной опасностью установлен круглосуточный надзор за соблюдением пылегазового режима; запрещена работа объекта до полного устранения выявленных нарушений по проветриванию, пылегазового режима, при эксплуатации аппаратуры автоматического контроля метана. Крупнейшая авария в истории угольной промышленности Украины состоялась на шахте им. А.Ф. Засядько 18 ноября 2007 года, в результате которой погибли 106 человек (и 156 пострадавших с разной степенью тяжести). Данная авария явилась следствием взрыва МВД с участием угольной пыли в горных выработках на глубине 1078 м. Экспертной комиссией выявлено множество нарушений требований правил безопасности. В частности, при скоплении СН₄ выше пороговых значений в выработке отсутствовала контролирующая аппаратура газа и установлен некачественный контакт кабеля лебёдки с пускателем, что привело к взрыву МВД и угольной пыли. В шахте «Украина» неправильные действия диспетчера и других ответственных должностных лиц, по указанию которых произвели спуск работников в шахту после информации из шахты о пожаре, полученной диспетчером, привели к увеличению количества погибших. В рассмотренных резонансных авариях и многих других подобных случаях результаты их расследований государственными и экспертными комиссиями говорят о следующем: везде контрастно прослеживается основная их причина – несоблюдение правил техники безопасности, а также отсутствие или недостаточность инструктажа и обучения работников. Следовательно, при бесконтрольности взрывные МВД и угольная пыль – это наиболее грозное явление во всех случаях, которые сопровождают добычу угля подземным способом на угледобывающих предприятиях Украины. Несмотря на постоянные аварии и травматизм, рабочие шахт всё равно ведут активное несоблюдение правил по охране труда, например:

1. Шахтный самоспасатель (ШСС–1У), который по правилам безопасности должен находиться на расстоянии вытянутой руки для мгновенного включения в случае аварии или пожара. На практике же мы можем увидеть, что рабочие оставляют их на большом расстоянии от мест производства горных работ, пренебрегая тем самым безопасностью собственной жизни.

2. Запрещается пронос в шахту сигарет, спичек, зажигалок и других курительных принадлежностей. Проблема состоит в том, что на практике в вагонетках с горными выработками всё же находят окурки, в воздухоподающих выработках слышен запах сигаретного дыма, и это притом, что шахты сами по себе являются опасным предприятием. Тем самым нарушитель подвергает опасности не только свою жизнь, но и жизнь других людей.

3. Появление на территории предприятия в не самом трезвом виде или пронос алкогольных напитков строго запрещён. Часто можно наблюдать, что шахтёры появляются в не

самом трезвом виде, пытаюсь любыми способами скрыть это и быстрее опуститься в шахту, чтобы его не поймали, что называется, «с поличным». Некоторые проносят с собой алкогольные напитки и распивают их прямо под землей на глубине более 200 м. А ведь не секрет, что, опустившись в шахту, можно получить ощутимый перепад давления крови, а тут ещё и действие алкоголя. И ко всему этому при алкогольном опьянении рефлексы человека замедленные, а, следовательно, угроза жизни значительно возрастет.

4. Шахёры часто получают травмы, осуществляя проезд на ленточном конвейере, не предназначенном для перевозки людей.

Статистические данные показали, что соблюдение правил техники безопасности, к сожалению, пока ещё не стало нормой для большинства предприятий, где существует значительная угроза здоровью и жизни горняков. Известно, что человеку свойственно стремление к упрощению своих операций при выполнении работы, и, как следствие, он чего-то не учитывает, не замечает, проявляет невнимательность, неосторожность, чрезмерную самоуверенность, склонность к риску. Отсутствие эффективных мер по предотвращению и снижению факторов риска приводит к неприятно исполнителем адекватных мер в случае проявления чрезвычайных ситуаций. У исполнителя появляются причины, приводящие к неправильным действиям. Для искоренения этих недостатков требуется высокий уровень профессиональной подготовленности шахтёров в учебно-курсовых комбинатах и отраслевых центрах обучения; наличие специальных кабинетов, оборудованных новейшими техническими средствами; кинофильмов о безопасных приёмах выполнения особо опасных работ. Ранее (лет 20-30 назад) практиковался показ таких фильмов перед нарядом на многих шахтах посменно, и это, безусловно, давало положительные результаты.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, проблема соблюдения охраны труда заключается в том, что кроме первичной опасности, которая присутствует на шахтах, появляется ещё и вторичная, которая создаётся самими работниками угольной промышленности из-за недостатка знаний правил техники безопасности или просто нежелания соблюдать их, а также недобросовестного отношения к работе. Данные факторы замедляют рабочий процесс или делают его невозможным, что влечёт за собой высокий травматизм на предприятиях угольной промышленности, а в некоторых случаях – и летальный исход.

В перспективе исследование позволяет: выявить степень соблюдения правил техники безопасности работниками путём самооценки; подробно изучить субъективные и организационные факторы, которые могли бы повлиять на количество случаев травматизма; изучить уровень осведомленности работников шахт Донецкой области. Такое исследование позволяет разработать мероприятия по недопущению несчастных ситуаций и травматизма.

Литература

1. Либерман А. Н. Техногенная безопасность: человеческий фактор – М.: Гамма-7. – 2006.
2. Чуриканова Ю. Экономическая составляющая анализа факторов травматизма на угольных шахтах Украины / А. Ю. Чуриканова // Вестник НГУ. – 2012. – № 2. – С. 139.
3. Ивашин В. М. Как предотвратить аварийность на угольных шахтах Украины / В. Н. Ивашин, Ю. В. Ивашин, Г. П. Штапаук // Вестник НГУ. – 2009. – № 8.
4. Пути снижения риска в горнодобывающем производстве / Ю. С. Драчук, Н. С. Кузьменко, С. Н. Смоланов [т. др.] // Способы и средства создания безопасных и здоровых условий труда в угольных шахтах: сб. науч. трудов / МакНИИ. – Макеевка–Донбасс, 2007. – Вып. 20. – С. 237-247.
5. Шаталов А. А. Основные направления повышения противоаварийной устойчивости производств и совершенствования управления промышленной безопасностью // Журнал «Берг-Коллегия». – 2002. – № 1.
6. Говорит Донецк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://govorit.donetsk.ua/-forum/1/2711?page=1> - Название с экрана.

УДК 159.99

ОТНОШЕНИЕ К БРАКУ БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА

*Пирожук А. В.,**студентка кафедры социального управления,**Головлёва Е. В.,**к.психолог.н., доцент кафедры социологии управления,**Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье раскрывается проблема материнства и брака в условиях трансформации общества и нестабильности в нашем регионе. Решение стать родителями зависит от множества внешних факторов. Всё меньше семейных пар планируют заводить детей, откладывая этот важный шаг на более благоприятные и стабильные времена. Поэтому на сегодняшний день учащается незапланированная беременность, что несёт за собой повышенную тревожность, стрессы, дезадаптацию и эмоциональную неустойчивость. У таких женщин размыто понимание материнской роли и брака.

Ключевые слова: материнство, беременность, запланированная беременность, эмоциональное состояние беременных, супружеские отношения, брак.

The article reveals the problem of motherhood and marriage in the transformation of society and instability in our region. The decision to become a parent is dependent on many external factors. Fewer couples are planning to have children, putting this important step to a more favorable and stable times. Therefore, today quickens unplanned pregnancy that brings to an increased anxiety, stress, emotional maladjustment and instability. Such women blurred understanding of the role of the parent and marriage.

Keywords: maternity, pregnancy, planned pregnancy, the emotional state of pregnant women, the marital relationship, marriage.

Постановка проблемы. Материнство – одна из социальных женских ролей, поэтому даже если потребность быть матерью заложена биологически, общественные нормы и ценности оказывают определяющее влияние на его содержание и проявление у каждой конкретной женщины. Исследования второй половины двадцатого века свидетельствуют о том, что в становлении и реализации материнско-детского взаимодействия центральным и определяющим является материнское отношение. Именно оно лежит в основе поведения матери, тем самым создавая уникальную для ребенка ситуацию развития, в которой формируются его индивидуально-типологические и личностные особенности. [1; 2; 3]

Актуальность. Отношение матери к семье и браку может отразиться на её психологическом состоянии в период беременности и, как уже было сказано, на формировании ребёнка как личности. Родительский дом для ребенка – первая, главная и ничем не заменимая школа жизни. Семья как основная социальная ячейка общества объединяет людей, регулирует воспитание поколения, познавательную, трудовую деятельность личности. Поэтому беременная женщина должна понимать всю необходимость брака и важность семьи для ребёнка. Семья – это основанное на браке и кровном родстве объединение людей, связанное общностью быта и взаимной моральной ответственностью. Первоначальную основу семейных отношений составляет брак. Брак – это исторически изменяющаяся социальная форма отношений между женщиной и мужчиной, посредством которой общество упорядочивает и санкционирует их половую жизнь и устанавливает их супружеские, родительские и другие родственные права и обязанности [4]. Таким образом, брак для беременной женщины является центром уверенности в завтрашнем дне, в своём партнёре и отце будущего ребёнка, центром поддержки и стабильности. Всё это в современных реалиях нашего региона, как никогда, становится актуально.

Цель статьи. Выявить трудности и проблемы, возникающие во время беременности, а также отношение к материнству и браку в зависимости от запланированной или незапланированной беременности.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ литературы показал, что материнское отношение не возникает одномоментно, а проходит определённый путь становления и имеет тонкие механизмы регуляции и запускающие стимулы [1; 4; 5]. Данные социологии, археологии, этнографии, истории искусств, религии, философии дают обширный материал для научного анализа связи материнства с развитием общества. Социологический анализ предполагает взвешенный подход к социальным фактам, изучение процесса в исторической перспективе, в его развитии. Исследованием женщин как классово-дифференцированной социально-демографической группы общества, имеющей социально-психологические особенности, занимались зарубежные и отечественные учёные и философы: В. Джонсон, В. Мастерс, М. Мид, Ж. Мишле, Х. Е. Фишер, П. Е. Астафьев, Н. А. Бердяев, С. Н. Булгаков, И. С. Кон, В. А. Рамих, А. М. Свядоц, В. Л. Соловьёв, В. М. Хвостов, Ф. Энгельс и др. Научную базу изучения и функционирования современной семьи и материнства составляют работы таких отечественных учёных, как А. И. Антонов, В. Н. Архангельский, И. В. Бестужев-Лада, С. И. Голод, С. В. Дармодехин, М. С. Мацковский, В. М. Медков, А. Г. Харчев, С. С. Фролов, Е. М. Черняк и др. Такие учёные, как В. И. Брутман, Г. Г. Филиппова, И. Ю. Хамитова, считают, что нормы материнского отношения нет, так как содержание материнских установок меняется от эпохи к эпохе. Однако всегда существовали явления, которые во все исторические периоды считались отклоняющими проявления материнского отношения.

Изложение основного материала исследования. Подготовка к выполнению роли матери первоначально базируется на удовлетворении физических и психо-социальных потребностей женщины. Сегодняшние же условия не могут в полной мере обеспечить ни того, ни другого. По определению отечественных авторов, беременность – это физиологический процесс развития в женском организме оплодотворенной яйцеклетки, в результате которого формируется плод, способный в дальнейшем к внеутробному существованию [5]. Психологические изменения во время беременности проявляются в так называемом синдроме беременности [1]. Синдром беременности переживается женщиной, как правило, на бессознательном уровне, имеет определённые временные границы и характеризуется следующими симптомами.

На первом этапе чаще всего испытывается аффект осознания себя беременной. В рамках этого симптома, как правило, проявляется следующее различие: чем выше у беременной женщины социальный и интеллектуальный уровень, чем более она независима и профессионально успешна, тем больше вопросов о смысле деторождения будет поставлено ею перед собой, тем труднее ей будет решиться стать матерью. Следующим этапом развития синдрома беременности является рефлексивное принятие нового собственного образа: «Я – в положении». Реальные биологические и нейроэндокринные изменения, сопровождающие беременность, могут оказывать глубокое психологическое влияние на ожидающих матерей. По мнению авторов, эти изменения носят интенсивный характер в начале беременности, и требуется некоторое время для адаптации к ним, вероятно, что эмоциональные переживания женщины в течение первого триместра определяются главным образом этим фактором. Эти изменения создают особый тип психологического стресса, характеризующегося такими проявлениями, как тошнота, рвота, головокружение, головные боли и нарушения аппетита. Особого внимания заслуживает симптом эмоциональной лабильности, который, в той или иной степени, присущ для всего периода беременности. Под этим симптомом подразумевается эмоциональная дезадаптивность, которая проявляется в колебаниях фона настроения. У некоторых женщин возрастает пассивность и появляется ощущение высшей удовлетворенности и наслаждения.

У других в это время наступает лёгкая депрессия и усиливается физическая активность, возможно, потому, что беременная пытается отрицать новое ощущение собственной пассивности. Колебания настроения могут выражаться в различной степени внутреннего напряжения – от ощущения скуки, медлительности, возрастающего недовольства собой до вербализованного чувства угнетённости. В таком психологическом состоянии женщине требуются поддержка и помощь от наиболее близких людей, в первую очередь от отца ребёнка. Для нормального протекания беременности следует оградить женщину от внешнего мира, в котором ежедневно люди становятся жертвами войны. С момента осознания и внутреннего принятия себя беременной у женщины обнаруживается симптом противоречивого отношения к беременности. Д. Пайнз отмечает, что в это время наблюдаются характерные быстрые колебания настроения и воскрешение прежних тревог. Итак, можно с полной уверенностью считать беременность качественно новым состоянием организма и психики женщины. Более того, это состояние является переходом к одному из самых важных периодов в жизни женщины

– периоду, когда гармония в семье во многом будет зависеть от её умения быть матерью. Поэтому основным показателем успешного окончания беременности является приобретение женщиной нового качества – материнства. Каков же сейчас процент женщин с запланированной и незапланированной беременностью? Какие эмоции вызвала у них новость о предстоящем материнстве? На эти вопросы мы попытались ответить с помощью проведённого нами социологического исследования. Изучение данных вопросов поможет нам выявить настроения беременных женщин в период нестабильного положения нашей молодой республики.

Данное исследование проводилось на базе женских консультаций больницы № 16 города Донецка. Испытуемыми являлись 60 женщин, ставших на учёт в женскую консультацию по поводу беременности. В исследованиях применялись следующие методы: структурированное интервью; анкетирование. Все женщины состоят в первом браке и проживают в основном отдельно от родителей. В основном это женщины, работающие в различных организациях, студентки, есть предприниматели, руководители и домохозяйки. Исследовались женщины с нормальным протеканием беременности, без патологий и осложнений, так как этот факт существенным образом мог повлиять на исследование. Подробный анализ анкетных данных выявил существенные различия в ответах на вопросы анкеты о личном отношении беременной к факту беременности и отношении близких, их восприятию известия о беременности. Так, у женщин с запланированной беременностью в 65 % случаев близкие прекрасно отнеслись к известию о беременности, тогда как у женщин с незапланированной беременностью только в 20 % случаев близкие отнеслись к этому известию положительно. В 55 % случаев у женщин с незапланированной беременностью близкие отнеслись положительно к факту о беременности, а в 18 % – случаев «случилось, так случилось», более того, в 6 % случаев близкие отнеслись безразлично, и были даже случаи отрицательного отношения к факту беременности. Анализ личного отношения к факту беременности показал, что у женщин с незапланированной беременностью в первом триместре в 60 % случаев наблюдался испуг, тогда как женщины с запланированной беременностью испуг испытали только в 2 % случаев и указывали на то, что к беременности они были готовы, их пугала перестройка привычного уклада жизни. Тревогу в обеих группах испытывали в 20 % случаев. Женщины с запланированной беременностью в 60% случаев испытывали радость от факта беременности. На основании полученных результатов можно сделать следующие выводы:

– в период перемен или трансформаций в обществе наблюдается высокий процент женщин с повышенной тревожностью, эмоциональной нестабильностью, подозрительностью;

– женщины с незапланированной беременностью находятся в состоянии стресса, эмоциональной неустойчивости, дезадаптации, это свидетельствует о преобладании амбивалентного и игнорирующего типа отношения к беременности и материнству.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В условиях трансформации нашего общества, а именно во время ведущейся войны на территории Юго-Востока Украины, мысли о браке и материнстве отходят на второй план. Неуверенность в завтрашнем дне, нехватка медикаментов, нехватка медперсонала – все эти факторы в нашу обыденность внесла война, что ещё больше усугубило статистику рождаемости в ДНР. Всё меньше семейных пар планируют заводить детей, откладывая этот важный шаг на более благоприятные и стабильные времена. Поэтому возрастает количество женщин с незапланированной беременностью. Такие женщины более тревожны, более эмоционально неустойчивы, у них размыто понимание брака и материнской роли. В душе и теле женщины происходят перемены, часто ей самой не до конца понятные. Это может влиять на семейные отношения супругов и даже привести к их разладу. Однако пара, решившаяся на такой серьёзный шаг, должна понимать всю ответственность за своё психологическое здоровье и психологическое здоровье своего будущего ребёнка. Мы застали период крутых перемен, происходящих так болезненно для всех жителей Юго-Востока. Но даже в такие сложные времена жизнь не стоит на месте, и будущее нашего молодого государства зависит от нас. Поднятие демографического фона страны – одно из важных условий скорейшего возрождения жизни в нашем регионе.

Литература

1. Брутман В. И., Родионова И. С. Формирование привязанности матери к ребёнку в период беременности // Вопросы психологии. – 1997. – № 6. – С. 36-48.
2. Брусиловский А. И. Жизнь до рождения. – М., 1991.

3. Гребешева И. И. Социальные аспекты репродуктивного здоровья и ответственного родительства // Планирование семьи. – 1998. – № 3. – С. 5-7.
4. Типы и виды семей. Семья как малая социальная группа и социальный институт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/tipy-semey.html>
5. Иовлев Б. В. Неврозы и проблемы психологических механизмов эмоционального стресса // Актуальные вопросы медицинской психологии. – Ленинград, 1974. – Т. 72. – С. 41-53.

УДК 159.9

ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ДНР ВО ВРЕМЯ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ

Коченкова Т. В.,

студентка кафедры социального управления,

Панина Е. А.,

старший преподаватель кафедры иностранного языка,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

Статья посвящена комплексному исследованию проблемы психоэмоционального напряжения населения. Анализируются проблемы ухудшения состояния психоэмоционального здоровья населения во время военных действий, исследуется вопрос о зависимости состояния психоэмоционального здоровья людей от военных действий вблизи них.

Ключевые слова: *социум, военное время, ДНР, психика, эмоциональное напряжение.*

The article is devoted to a complex research of the problem of psychoemotional tension of population. The problems of psychoemotional state worsening at the time of military actions are analyzed. The issue of the dependence of the psychoemotional state of people's health from military activity near them has been investigated.

Keyword: *society, war, DNR, psyche, emotional tension.*

Постановка проблемы. Мирное население подвержено психическому и эмоциональному напряжению во время военных действий. В современной ситуации, существующей в ДНР, для всех слоёв мирного населения особенно актуальным вопросом является, в первую очередь, сохранение жизни, во-вторых – сохранение своего психического и эмоционального здоровья. В ситуации проведения военных действий в ДНР существует угроза негативных влияний, связанных с переживаниями и воздействующих на психо-эмоциональный фон, колебания которого могут негативно отражаться на состоянии здоровья человека в целом. Взрывы, разрушения, финансовая нестабильность, гуманитарная блокада, сужение ассортимента товаров и услуг, сокращение рабочих мест, миграция близких людей и родственников, разногласия на политическую тему могут стать причиной ухудшения психоэмоционального здоровья.

Анализ последних исследований и публикаций. Степень разработанности проблемы очень низкая. Наиболее приближённые к данной теме исследования – статистика пострадавшего мирного населения во время Великой Отечественной Войны. В качестве примера можно указать на статью А. А. Шеверякова, посвящённую жертвам среди мирного населения в годы Великой Отечественной войны, и разработки Рыбаковского Л. Л., д. э. н., проф., руководителя центра социальной демографии Института социально-политических исследований РАН. По данным Института демографии и социальных исследований имени М. Птухи Национальной академии наук, зону проведения АТО с начала военных действий временно покинули, переехав в другой населённый пункт или в другую страну, более 800 тыс. граждан.

Актуальность. Необходимость изучить психическое состояние жителей ДНР продиктована стремлением осмыслить уровень развития проблемы. Особенность данной статьи заключается в том, что данная тема не проработана. А это значит, что после проведения

глубокого и квалифицированного анализа данных появляется уникальная возможность получить эксклюзивные результаты по данной теме.

Цель статьи. Проанализировать теоретические аспекты социологического исследования, дать оценку удовлетворённости качеством жизни жителей ДНР, выявить перспективы развития качества жизни населения ДНР.

Изложение основного материала исследования. Объект – психическое и эмоциональное напряжение населения ДНР во время военных действий. Предмет – психическое и эмоциональное состояние населения ДНР во время военных действий. Первая основная гипотеза социологического исследования: в военное время мирное население подвержено психическим расстройствам из-за военных действий, находясь вблизи них. Частные гипотезы к первой основной гипотезе исследования:

1) психические расстройства лишают человека адекватно расценивать окружающую реальность;

2) военные действия, даже если непосредственно не касаются человека, самим своим наличием в жизни человека могут привести к депрессивным состояниям.

Вторая основная гипотеза социологического исследования: население психологически адаптируется к военным действиям, их здоровье остаётся в норме. Частные гипотезы ко второй основной гипотезе исследования:

1) психически здоровый человек способен сохранять жизненную стойкость, несмотря на неблагоприятные факторы в окружающей его среде;

2) при отсутствии прямого контакта с военными действиями и их последствиями психоэмоциональное состояние человека находится под контролем.

Морально-психологическое состояние (МПС) населения ДНР формируется в условиях сложного военного противостояния. Наиболее незащищённые слои населения, подвергшиеся психоэмоциональному потрясению, – это люди преклонного возраста, дети, люди, имеющие физический или психический дефект, беременные женщины. Люди испытывают апатию, они устали жить в состоянии войны, забились в угол, ждут мира, надеются на чудо. Психологическая помощь населению в преодолении психотравмирующих факторов обстановки должна быть направлена на:

а) прекращение или снижение интенсивности действия психотравмирующих факторов обстановки путём вывода пострадавших в назначенное руководством спасательной операции безопасное место, ликвидация или блокирование источников психотравматизации и др.;

б) диагностику и коррекцию психического состояния населения, восстановление его трудоспособности;

в) психологическую поддержку, создание дополнительных стимулов повышения активности населения;

г) эвакуацию населения с тяжёлыми психическими травмами в медицинские учреждения для оказания врачебной помощи;

д) локализацию и изоляцию пострадавших, подвергшихся деморализации, с целью исключения массового негативного психологического влияния на население.

Что же касается удовлетворённости населения жизнью, то данный вопрос оставляет желать лучшего. Военные действия, даже если непосредственно не касаются человека, самим своим наличием в его жизни могут привести к депрессивным состояниям. С этой гипотезой сложно поспорить. Ведь все мы, люди, подвержены различного рода переживаниям и стрессам. А в случае присутствия таких негативных факторов в нашей жизни, как война, психическое и эмоциональное напряжение, неизбежно. Либо человек всё же устойчив к стрессовым событиям и военные действия на него не влияют, либо же влияют, но со временем человек адаптируется к окружающей действительности. Психологи, психиатры, социальные работники и психоаналитики отмечают, что: человек, который научен, как совладать с собственным психическим состоянием, тяжело, но умело адаптируется к окружающей действительности. Но не всем даётся адаптация. Занятое население быстрее и проще воспринимает окружающую реальность, в то время как люди, имеющие в своём распоряжении достаточно свободного времени, подвержены панике, страху, стрессам, так как поглощены новостями. Согласно журналистским критериям, новость должна быть «горячей». А это значит, что подаваемый материал, в идеале, должен быть воспринят зрителем как можно более эмоционально и ярче. Поэтому он подаётся с преувеличенной долей трагизма, сострадания, страха, ненависти, «разрушая» нас, поскольку заставляет испытывать массу негативных чувств.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении (по данной проблеме). На основании вышеизложенного разработаны следующие рекомендации по улучшению качества жизни и сохранения психоэмоционального здоровья:

- достаточно спать, в соответствии с возрастными нормами;
- сбалансировано питаться, включая как можно больше витаминов и минералов в рацион;
- заниматься физическими упражнениями;
- пить достаточно воды, чтобы избежать обезвоживания и головных болей;
- общаться с близкими людьми;
- духовно развиваться;
- читать Библию, где много говорится о любви к врагам, прощении, отношении к власти и т. д.

Сохранение своего психоэмоционального состояния – задача каждого человека.

Литература

1. Гуманитарная карта ситуации и потребностей Донецкой и Луганской областей [Электронный ресурс] . – Режим доступа: URL: <http://map/-dopomozhemo.tv>
2. Аналитика и комментарии. РИА Новости Украина: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://rian/ com/ua/ analytics/ 200150207/363134381.html>
3. Europe 2020 European Parliament Resolution of 17 February 2011 on Europe 2020 OJ C188E, 28.06.2012, p. 42-47. – Mode of access: URL: <http://csdle.lex.unict.it/docs/labourweb/-2012C-188-E09-resolution-on-europe-2020-/3415.aspx>
4. Горшков М. К. Прикладная социология: учебное пособие для вузов / М. К. Горшков Ф.Э. Шереги. – М., 2003. – 312 с.

УДК 316.647.5

ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК СПОСОБ РАЗРЕШЕНИЯ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ КОНФЛИКТОВ

Смирнова А. А.,

студентка кафедры социологии управления,

Шилова С. А.,

к.и.н., доцент кафедры социологии управления,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

Информация статьи, главным образом, отображает определение понятия толерантности, как способа разрешения и предупреждения конфликтов. Приведена типология толерантности, проблематика нетерпимости и методы разрешения проблем. Заинтересовать читателя, прежде всего, показывает, что вопрос достаточно актуален в современности и его изучение может подтолкнуть к размышлениям и разработке других работ по похожей тематике.

Ключевые слова: *Моральное качество, общество, реализация, толерантность, терпимость, типология толерантности, экстремизм.*

Information articles, mainly displays the definition of tolerance, as the resolution and prevention of conflicts. Bring typology tolerance, problems of intolerance, and methods of solving problems. Interested readers primarily can that question is quite relevant in the present, and its study may encourage reflection and the development of other works on similar topics.

Keywords: *moral qualities, society, realization, tolerance, patience, tolerance typology of extremism.*

Постановка проблемы в общем виде. Все население нашего региона не только являет собой общество, которое во многом схоже с организмом. Его формирование и существование зависят от многих фундаментальных ценностей, и одной из таких есть толерантность. «Что вас окружает?» или «Где вы находитесь?» – довольно простые вопросы, на которые можно получить невероятное количество ответов. Кто-то скажет, что он находится в комнате, кто-то укажет на отдельные детали, есть множество вариантов, но всё же существует ли единое

правильное определение, которые будет верно в каждом случае? Безусловно, что да. Каждый человек является неотъемлемой частью социума, маленькой частью внутри большого организма. А чтобы он нормально функционировал, отдельные элементы должны хорошо и слажено работать друг с другом, и главное – не причинять вреда. Так что же является звеном, которое гармонизирует взаимоотношения людей в обществе? Это понятие получило название «толерантность», и оно является ключевым в написании данной статьи. Помимо того, что каждый человек слышал о подобном термине, актуальность данной статьи обусловлена явной проблемой, с которой сталкиваются те или иные особи, группы, организации в современном обществе. Но об этом немного позже. Проблема толерантности *актуальна* для нашего региона в силу его многонационального состава и многоконфессиональности, а также в связи с особенностями переживаемого периода истории – распада СССР, локальными войнами, усилением сепаратистских настроений, ростом национального экстремизма и т. д. Именно это позволяет выделить три ключевых звена исследования:

Объект исследования – социальная толерантность, включающая в себя различные формы терпимости людей во взаимоотношениях друг с другом.

Предмет исследования – проблема формирования толерантности в современном российском обществе.

Цель данной работы – выявить основные проблемы формирования толерантности для разработки рекомендаций по внедрению установок толерантного сознания в современном обществе.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих *задач*:

- изучить современные типы толерантности;
- определить понятие «конфликт»;
- изучить основные формы проявления нетерпимости;
- разработать комплексные социально-педагогические меры по развитию толерантности в современном обществе.

Пути и способы решения задач исследования предполагают определение основных методов, которые использовались при проведении исследования. В данной работе использовались методы: метод энциклопедической проработки, монографический метод, метод анализа. Основным понятием исследования является «толерантность». Значение данного слова при употреблении его в обыденных ситуациях легко улавливается из контекста. Однако при попытке дать научное определение толерантности возникают немалые трудности, так как данное понятие используется в самых разных областях знания: этике, психологии, политике, теологии, философии, медицине др.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема толерантности достаточно молода в отечественных и зарубежных исследованиях. Первые работы по этой теме появляются лишь в середине 90-х годов XX века. Их авторами были Г. Оллпорт, Vorba Michele, Kamungeremu David, Vogt W. Paul, Wandberg Robert. Важным фактором мирового признания необходимости изучения данной проблемы стала Декларация принципов толерантности, утверждённая резолюцией 5.61 Генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 г., которая провозгласила *16 ноября* каждого года Международным днем, посвящённым толерантности.

Изложение основного материала. Итак, «толерантность (от лат. *tolerantia* – терпение) означает терпимость по отношению к другому роду взглядов, нравов, привычек. Толерантность необходима по отношению к особенностям различных народов, наций и религий. Она является признаком уверенности в себе и сознания надёжности своих собственных позиций, признаком открытого для всех идейного течения, которое не боится сравнения с другими точками зрения и не избегает духовной конкуренции» [1, с. 457]. Более полным представляется определение терпимости, данное в словаре по этике под редакцией А. А. Гусейнова и И. С. Кона: «Терпимость – моральное качество, характеризующее отношение к интересам, убеждениям, верованиям, привычкам и поведению других людей. Выражается в стремлении достичь взаимного понимания и согласования разнородных интересов и точек зрения без применения давления, преимущественно методами разъяснения и убеждения...» [2, с. 351]. Известно, что у всех конфликтов имеется психологическая составляющая, основанная на специфике внутренней жизни человека, а также его социальных отношениях. Среди специалистов, занимающихся изучением конфликта, нет единой точки зрения по вопросу о том, что он собой представляет. Это обусловлено рядом причин: сложностью самого феномена конфликта, а также неоднозначным пониманием того, чем вызвано его возникновение. В настоящее время

конфликт стал доминирующей ячейкой общественных отношений. Он присутствует как в явных, так и в латентных формах. Он наличествует в столкновениях предлагаемых перспектив развития страны и в повседневной жизни, пронизывая ткань межличностных отношений. Конфликт присутствует и там, где есть сотрудничество и согласие. Главный вопрос состоит, следовательно, не в возвращении к бесконфликтному состоянию, а в том, чтобы научиться жить с конфликтом, отдавая себе отчёт в его стимулирующем воздействии в тех случаях, когда он развивается в определённых рамках, и осознавая его разрушительный характер, когда он перерастает эти рамки. Конфликты относятся к наиболее динамично развивающейся области психологии. Термин «конфликт» произошёл от латинского *conflictus*, что означает буквально «столкновение, серьёзное разногласие, спор». Существуют различные определения конфликта, но все они подчёркивают наличие противоречия, которое принимает форму разногласий, если речь идёт о взаимодействии людей. Конфликты могут быть скрытыми или явными, но в основе их всегда лежит отсутствие согласия. Поэтому конфликт определяют как отсутствие согласия между двумя или более сторонами – лицами или группами [3, с. 36]. Как показывает практика, конфликт часто ассоциируется с негативными эмоциями и такими состояниями, как напряжение, беспокойство, зависть, ревность, враждебность, обида, досада, боль, травма, стресс, апатия, ярость, гнев и т. д. Несмотря на то, что конфликт стал уже объектом изучения отдельной дисциплины, отношение к нему в обществе в целом меняется не так быстро. Одни люди стремятся избежать конфликта любыми способами, другие доказывают, что в их жизни конфликтов нет, третьи считают, что ругаться, драться с кем-то – это ещё не конфликт. Среди имеющихся определений конфликта можно выдвинуть два основных подхода. Для более обширного понимания определения есть смысл обозначить основные типы толерантности (табл. 1). Это позволит выделить для собственного понимания всю многоплановость и полноту значения сущности толерантности, а также её основные проявления.

Изучение табл. 1 позволяет подойти ближе к ещё одному определению – «социокультурной толерантности». «Социокультурная толерантность» – это моральное качество личности, характеризующее терпимое отношение к другим людям, независимо от их этнической, национальной либо культурной принадлежности, терпимое отношение к иному рода взглядам, нравам, привычкам; необходима по отношению к особенностям различных культурных групп или к их представителям. Она является признаком уверенности в себе и сознания надёжности своих собственных позиций, признаком открытого для всех идейного течения, которое не боится сравнения с другими точками зрения и не избегает духовной конкуренции. Выражается в стремлении достичь взаимного уважения, понимания и согласования разнородных интересов и точек зрения без применения давления, преимущественно методами разъяснения и убеждения. То есть она является синтезом всех других типов толерантности. Для более полного выяснения сущности понятия «толерантность» и «социальная толерантность» рассмотрим противоположное значение – «интолерантность» («нетерпимость»). Исходя из определения толерантности, можно объяснить интолерантность как качество личности, характеризующееся негативным, враждебным отношением к особенностям культуры той или иной социальной группы, к иным социальным группам в общем или к отдельным представителям данных групп.

Таблица 1

Типологические признаки толерантности

<i>Тип толерантности</i>	<i>Признаки толерантности</i>
Личностная толерантность	Включает в себя, прежде всего, ценностно-смысловое содержание, в котором центральное место занимают «уважение к человеку, его право и свобода ответственности за собственную жизнь и признание таковой за каждым человеком»
Социальная толерантность	Это партнёрское взаимодействия личности с различными социальными группами общества, она направлена на равновесие в обществе, на защиту прав и интересов личности в составе различных социальных групп
Этническая толерантность	Она не может быть поставлена в один ряд с другими компонентами социальной толерантности: по полу, социальному положению, по профессии, то есть этническая толерантность представляется нам третьим компонентом в ряду личностной, социальной и

	этнической. Этническая толерантность, как отношение к «другим», на основе их этнической принадлежности – важнейшее проявление толерантности и личности и общества
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Исследованию чувств враждебности, понятию, по сути своей, противоположному толерантности, посвящены работы О. Шемякиной. Ею выделены в качестве эмоциональных сущностных характеристик интолерантности – гнев, отвращение и презрение [3, с. 105]. Нетерпимость при равноправии проявляется как отстранённость, равнодушие, безразличие, безучастность, отчуждённость. В поведении данные характеристики проявляются в виде сознательного игнорирования того, что раздражает, противоречит собственным воззрениям. В позиции «снизу» терпимое отношение принимает формы уступчивости, покладистости, вежливо-смирненного отношения, готовности подчиниться чужой воле, кротости, незлобивости, приноравливания. При нетерпимости переживается неприятие в виде эмоционального реагирования, агрессии, бунта, злости, злорадства, открытой неприязни, стремления действовать активно, бороться – совершать хулиганские, не поддающиеся логике, анализу и здравому смыслу, объяснению поступки: ругаться, кричать, драться, наносить физический, материальный и моральный ущерб, вредительство и т.д. Само по себе явление нетерпимости является негативным проявлением в обществе. И на данном этапе изучения проблематики нетерпимости, целесообразно перейти к решению последней поставленной задачи. Как бы ни была сложно теоретическое осмысление проблемы толерантности, практическая реализация требует ещё больших усилий. Она не может быть просто интегрирована в существующий тип отношений. Потребуется ряд мер, осуществление которых будет способствовать формированию свободного сознания, лишённого высокомерного подхода во взаимоотношениях между народами, поколениями, полами и т. д., интеллекта, способного вырабатывать свободные, сдержанные и ответственные суждения. В связи с этим, прежде всего, должны быть внесены изменения в систему образования, избавление от предрассудков и предубеждений в отношении других народов, религиозного или атеистического мировоззрения и т. д. [4]. Ведь как отмечал отечественный философ Ю. А. Шрейдер: «Самая страшная из грозящих нам катастроф – это не столько атомная, тепловая и тому подобные варианты физического уничтожения человечества (а может быть, и всего живого) на Земле, сколько антропологическая – уничтожение человеческого в человеке».

Среди первоочередных мер, возможно, следующее: ввести в образовательные стандарты знания о правах и свободах человека; подготовка кадров, обучение происходит при помощи добровольного вовлечения, которое порождает интерес; ввести и пропагандировать нормативные и законодательные акты, ограничивающие и запрещающие проявления интолерантности (экстремизма, шовинизма, национализма, ксенофобии и пр.); создание толерантного климата в регионах, в частности в молодёжно-студенческой среде, во взаимоотношениях между представителями различных политических партий и общественных движений [5, с. 51]. В научной литературе толерантность рассматривается, прежде всего, как уважение и признание равенства мнений партнёров, отказ от доминирования и насилия. Толерантность предполагает готовность человека принять других такими, какие они есть, и взаимодействовать с ними на основе согласия. При этом толерантность не является отношением безразличия (индифферентности) или приспособления к другому (конформизма). Она не предполагает и жертвенной позиции – полного отказа от собственных интересов или альтруизма. Это активная позиция сторон, заинтересованных в совместном результате, сотрудничестве. В слове «сотрудничество» изначально заложен смысл – достижение определённого совместного результата. Этот результат должен способствовать пониманию, развитию отношений и т. д. Толерантность в общении – позиция личности зрелой, самостоятельной, имеющей собственные ценности и интересы, готовой их защищать и одновременно с уважением относящейся к позициям и ценностям других людей. Толерантный человек хорошо знает себя и признаёт других, замечая их раньше, чем об этом попросят. Понимание толерантности достигается путём сравнения её с интолерантностью – нетерпимостью. Как отмечают многие отечественные и зарубежные авторы, проявлениями нетерпимости являются: предубеждения, предрассудки, негативные стереотипы (мнение о человеке как о представителе определённой группы – представителе иной культуры, национальности, расы, пола, религии и т. д.) – национализм,

шовинизм, расизм; насилие в поступках и в речи – преследования, запугивания, угрозы; репрессии; геноцид; оскорбления, насмешки, ярлыки, прозвища; экстремизм во взглядах и поступках – терроризм, фашизм, осквернение религиозных и культурных символов; эксплуатация; дискриминация, изоляция в обществе – по половому признаку, мигрантофобия. Нетерпимость носит зачастую не открыто высказанную позицию, а скрытую, неявную. При изучении толерантности наших студентов, например, задавали всем один и тот же вопрос: следует ли человеку соблюдать законы, должен ли человек в нашей стране подчиняться определённым правилам, нормам поведения? Почти все отвечали утвердительно. Когда же задавали более конкретные вопросы, касающиеся каждого лично (как поступить с тобой, если ты нарушил правила дорожного движения; как ты будешь действовать), за категоричностью правильных суждений появлялись двойственные позиции, за осуждением другого человека проступала нетерпимость. Причём речь идёт не о юношеской нетерпимости, а о категоричности суждений. Основные критерии толерантности: позиция на равных и учёт интересов другого; отказ от насилия; осознанное отношение к себе, к другому, к обществу; подчинение правилам, законам (по доброй воле); позитивные цели (направленные на результат и выраженные позитивной лексикой); способность сохранять внутреннюю устойчивость, равновесие в трудных ситуациях; способность личностного выбора [6, с. 279].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Конфликт – это наличие противоречия, которое принимает форму разногласий, если речь идёт о взаимодействии людей. Конфликт представляет собой явление, которое играет особую роль в психической жизни людей, их развитии, самореализации, отношениях с другими людьми и в жизни общества в целом.

2. В основе предупреждения конфликтов лежат нравственные нормы и моральные ценности человека, которые обозначают наши представления о добре и зле, правильном и неправильном поведении, справедливости и порядочности. Порядочный и хорошо воспитанный человек просто не будет доводить ситуацию до конфликта, а постарается его предупредить.

3. Профилактика конфликта важна как в социальном плане, так и в личностном. Одним из её условий является конфликтологическая грамотность, предполагающая овладение стратегиями эффективного взаимодействия, способами разрешения и предупреждения конфликтов, возможностью перевода конфликта из деструктивного русла в конструктивное, навыками саморегуляции в конфликте и т. д.

4. Важной составляющей предупреждения конфликта также является осознанное отношение к собственным психологическим проблемам, понимание важности самоисследования и самоизменения, свободное и осознанное принятие толерантности как нормы существования и сосуществования.

5. Толерантность предполагает готовность человека принять других такими, какие они есть, и взаимодействовать с ними на основе согласия. Это активная позиция сторон, заинтересованных в совместном результате, который должен способствовать пониманию, развитию отношений и т. д. Итак, программы в области образования должны помогать как в улучшении взаимопонимания, укреплении терпимости в отношениях между отдельными людьми, так и меж разными группами (этническими, культурными, религиозными, возрастными, социальными). В помощь программам можно создать всякого рода курсы, которые станут формировать в обучающихся адекватное представление о толерантности. Подобное воспитание будет направлено на борьбу со страхом и отчуждением по отношению к другим людям. Новизна в работах, посвящённых толерантности, будет присутствовать всё время, пока прослеживаются проявления нетерпимости. С каждым годом реализуются всё новые и улучшенные способы разрешения проблемы. Повсеместное и полное утверждение атмосферы толерантности и одновременно активного неприятия проявлений экстремизма – долгий процесс. Здесь многое зависит не только от государственных органов и общественных, в том числе молодёжных, организаций, но и от системы образования и воспитания, от средств массовой информации, деятелей культуры, от преодоления ими своего индифферентного отношения к бытующим – далёким от толерантности – позициям и нравам, к рецидивам экстремизма. А значит, что ещё будут появляться труды подобно этому, и не одного мыслителя заинтересует и взволнует подобная тема.

Литература

1. Краткая философская энциклопедия. М., Прогресс – Энциклопедия, 1994
2. Словарь по этике. / Под ред. А. А. Гусейнова и И. С. Кона. М.: Политиздат. 1989. – С. 201
3. Умарова З. Я. Толерантность как стремление к взаимному пониманию и согласованию / З. Я. Умарова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 11. – С. 22–25.
4. Луценко Е. Л. Толерантность в молодежной среде: социологические аспекты / Е. Л. Луценко // Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал. – 2012. – № 11. – С.21-36.
5. Шемякина О. Эмоциональные преграды во взаимопонимании культурных общностей // Общественные науки и современность. – 1994. – № 4.
6. Цепляева С. А., Ищенко С. В. Формирование толерантного сознания в полиэтническом пространстве России // Современные технологии формирования активной жизненной позиции студентов как средство реализации государственной молодежной политики. Материалы международной научно-практической конференции / ВГСХА, Волгоград, 2009. – С. 278-282.

УДК 378: 316

**МЕТОДЫ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ
В ПОДГОТОВКЕ СОЦИОЛОГОВ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ****Сорокина В. Э.,***студентка кафедры социологии управления,***Панина Е. А.,***старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Донецкий государственный университет управления, г.Донецк*

В статье фокусируется внимание на интегративных методах в целом, применение новых методов обучения в подготовке социологов в высшей школе. Проведён анализ использования интерактивных методик как средств расширения и углубления знаний студентов. Рассмотрено воздействие интерактивных методов преподавания на результативность и высокий уровень осмысления студентов-социологов.

Ключевые слова: *интегративные методы, активные методы, методика обучения социологии, сфокусированное интервью, деловые игры, навыки.*

The article focuses on the integrative methods of teaching in general, the use of new methods of teaching sociologists in the higher school. The use of interactive methods as the means of widening and deepening the knowledge of students is analyzed. The impact of active methods of teaching on the effect and a high level of students' comprehension is considered.

Keywords: *intergrative methods of teaching, active methods, methods of teaching sociology, a focused interview, business games, skills.*

Постановка проблемы. Изменение вектора образовательного процесса с подхода, основанного на знаниях, на практико-ориентированный подход к результатам образовательного процесса неизбежно привело к постановке проблемы технологий и методов обучения, которыми эта практико-ориентированность будет достигаться. Первостепенную роль в достижении поставленных целей играют активные и интерактивные формы и методы обучения. Основным инструментом решения поставленной задачи должно стать внедрение в образовательный процесс новых учебных технологий, основанных на разработках, направленных на формирование у будущих специалистов способности к предвидению, к осознанному участию в социальных процессах к позитивному на них влиянию.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением интерактивных методов обучения занималась А. П. Панфилова, которая предложила свою классификацию методов. Исследователи Т. С. Панина, Л. Н. Вавилова классифицируют интерактивные методы

обучения группам. Исследование, описываемое в статье А. Зверева, начиналось с обычного эксперимента, проводимого американскими социологами. Они обратились к молодым людям из разных стран, недавно окончившим школу, с рядом вопросов из различных учебных курсов. Результаты этого исследования привели к выводу, что обучение должно строиться иначе, по-другому, таким образом, чтобы все учащиеся могли учиться. В последние десятилетия XX в. проводились многочисленные эксперименты и научные исследования в области интерактивных методов, и были разработаны детальные руководства для учителей. Все эти наработки способствуют активному использованию интерактивных средств в массовой школе.

Актуальность. В настоящее время ведётся интенсивный поиск и внедрение новых форм и методов обучения студентов. При активном обучении студент в большей степени выступает субъектом учебной деятельности, чем при пассивном обучении, вступает в диалог с преподавателем, активно участвует в познавательном процессе, выполняя творческие, поисковые, проблемные задания. В современных условиях методика преподавания социологии стала одной из базовых при подготовке дипломированных специалистов по социологии, так как одним из необходимых навыков квалифицированного специалиста должно являться умение донести знания до аудитории слушателей.

Цель статьи. Определение и анализ интерактивных методов обучения специалистов-социологов в высшей школе.

Изложение основного материала исследования. Одним из возможных механизмов обучения в высшей школе является использование интерактивных методик как средства расширения и углубления знаний студентов. Под интерактивными методиками мы понимаем сочетание в преподавательском процессе различных активных методов преподавания, их тесное взаимопроникновение и взаимодействие, позволяющее студентам добиваться наиболее эффективного усвоения изучаемого предмета. Так, например, отмечается эффективность проведения семинарских и практических занятий по социологии в форме диалога как способа согласованной взаимосвязи педагога и воспитанника, организующего пространство воспитательной деятельности. Известно, что развитие сознания и самосознания личности происходит в формах активного общения. Такая форма даёт возможность усилить воспитательную составляющую учебного процесса через оказание помощи студенту в понимании, проявляемом в суждениях, поступках, переживаниях; даёт возможность выявить, извлечь, прочесть субъективный смысл, усвоенный студентом, истолковать его, интерпретировать. Интерпретация выступает как средство раскрытия смысла или придания смысла, если это необходимо при неполном или неправильном понимании [1]. Реализация педагогами диалога возможна при наличии дискуссионного материала. Именно интегративный курс социологии ориентирован на диалоговый поиск общего поля смыслов бытия, выступающего основой создания соотнесённых моделей мира преподавателей и студентов. Задача преподавателя – обозначить мир ценностей природы, науки, культуры и др. и через процесс их совместного осмысления, принятия, проживания помочь студентам выработать их собственное отношение к явлениям и феноменам современной (в том числе и повседневной) жизни. Сложность ситуации для преподавателя заключается в том, чтобы студент даже при скромных способностях самоопределения умел найти смысл своей деятельности, открывающий ему возможности стать в дальнейшем творцом своей собственной судьбы. Были опробованы те процессуальные характеристики проведения занятий, которые могут помочь студенту выработать личную культуру гуманистических смыслов [2].

К методам интегративного обучения можно отнести методы межличностного диалога, нестандартизированного и фокусированного интервью, наблюдения, самонаблюдения, групповой дискуссии, корпоративные методы работы в группах, деловые игры, тестирование, проведение самостоятельных мини-исследований и практикумов. Задача преподавателя – создание целостных взаимосвязанных ситуаций, в которых возникают и проявляются те или иные смысловые отношения студентов к действительности, их личностные качества, то есть ситуации необходимости принятия решения и (что очень важно) готовности нести ответственность за принятое решение [3]. Среди наиболее востребованных методов можно назвать такие, как метод синектики, Дельфи, «635», Дельбека, голосования «за и против», утопических игр и др.

Метод синектики используется, например, на семинарских занятиях при обсуждении проблем становления открытого общества. Этот метод состоит из заранее подготовленной

домашней (письменной) работы, обсуждения на семинаре. После творческой дискуссии, направляемой избранным из числа студентов и преподавателем, осуществляется согласование различных точек зрения и разрабатывается общая модель открытого общества. Метод синектики дополняется методами не стандартизированного и фокусированного интервью. Первый из них способствует достижению интуитивного понимания проблемы. Студентам предоставляется свобода выбора высказывания. Метод фокусированного интервью требует предварительного изучения материала с последующими высказываниями студентами собственных гипотез. Интервью направлено на получение их видения, определение исследуемой ситуации и фокусируется на субъективных переживаниях по поводу данной ситуации. Метод Дельфи заключается в выдвижении ряда альтернатив, но в итоге в несколько этапов студенты согласовывают свои позиции и приходят к консенсусу. Здесь происходит объективизация субъективных мнений, сознательное постижение истины.

Метод «635», например, даёт хорошие результаты при обсуждении проблемы «Личность и образование» в дополнении с методами синектики и групповой дискуссии. Студенты на бланке фиксируют наиболее важные для себя профессионально-личностные качества инженера с целью создать модель качеств будущего специалиста. Групповое фокусированное интервью и групповая дискуссия позволяют получать субъективную информацию от нескольких человек одновременно, что даёт возможность многомерного видения проблемы и возможность корректировки первоначальных мнений.

Метод Дельбека может быть использован в обсуждении проблемы выживания человека в современном мире. Он включает определённые проблемы, выявление положительных и отрицательных факторов, их взаимосвязи, нахождение вариантов решений и выбор оптимального. Этот метод можно назвать проблемным методом воспитания.

Метод голосования «за» и «против» использовался при обсуждении одного из двух возможных вариантов выбора, например, проблемы платного или бесплатного высшего образования. Суть его состоит в том, что по два представителя каждой из полярных концепций излагают аргументы, затем меняются местами и излагают контраргументы. Все «за» и «против» фиксируются студентами-экспертами, которые могут вносить дополнения, ориентируя группу на конструктивное решение. Такой метод способствует социализации личности, активизации студенческого самоуправления. Группа голосованием решает, какой из двух предложенных проектов будет внедрён в жизнь (предъявлен на утверждение ректору университета) [4]. Метод утопических игр. Студенты работают группами по четыре-шесть человек во главе с модератором, представляющим идеи группы. В модель утопий попадают прогнозы желаемого будущего, дополняемые факторами, препятствующими их осуществлению, в модель неутопий – прогнозы нежелательного будущего, дополняемые факторами, вызывающими нежелательные тенденции. Все высказанные идеи оцениваются при помощи матрицы предпочтений (суммирование индивидуальных оценок) [5].

Выводы по данному исследованию. Практика проведения занятий с использованием интерактивных методик позволяет говорить о том, что идёт воздействие не только на память студентов, но и на их эмоциональное и образное восприятие информации, активизирует её запоминание и интерпретацию на конкретных социальных образах и фактах. Само же воздействие интерактивных методов преподавания отличается наиболее высокой степенью результативности, свидетельством чему могут служить тексты реферативных и семестровых работ, отличающиеся достаточно высоким уровнем осмысления и понимания реальной жизни человека.

Литература

1. Привалова, Г. Ф. Активные и интерактивные методы обучения как фактор совершенствования учебно-познавательного процесса в вузе / Г. Ф. Привалова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – 27 с.
2. Суворова, Н. Интерактивное обучение. Новые подходы / Н. Суворова. – М.: Вербум, 2005. – 42 с.
3. Мясоед, Т. А. Интерактивные технологии обучения. Спец. семинар для учителей / Т. А. Мясоед. – М., 2004. – 12с.
4. Иванова Л. Интерактивные формы обучения / Л. Иванова. – М., 2007. – 17 с.
5. Кашлев, С. С. Интерактивные методы обучения / С. С. Кашлев. – М.: ТетраСистемс, 2011. – 224 с.

УДК 338.48:504(477.62)

ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

Чепурова С. И.,

студентка кафедры менеджмента в производственной сфере,

Папа-Дмитриева И. И.,

старший преподаватель кафедры менеджмента в производственной сфере,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В статье проанализированы экономические, экологические и социальные преимущества развития экологического туризма в Донецком регионе.

Ключевые слова: *промышленный центр, экологический туризм, туризм, ООН, ВТО, агротуризм, экологический бизнес.*

In this article social, economic and ecological advantages of tourism development in Donetsk region have been analysed.

Keywords: *industrial centre, ecological tourism, tourism, OUN, WTO, agricultural tourism, ecological business.*

Постановка проблемы. Донбасс – крупный промышленный центр, техногенно-нагруженный регион с высокой плотностью населения и высокой концентрацией промышленных предприятий. Специализация производства обуславливает высокую долю опасного и физически тяжёлого труда. Сложные условия работы, низкая степень автоматизации и механизации вызывают у работающих естественную потребность в качественном, полноценном отдыхе. Необходимость организации цивилизованного, культурного отдыха для работников предприятий и их семей существовала всегда. И если проблема продолжительного отдыха в отпускной период решалась путём создания туристических баз, то проблема создания и благоустройства мест для отдыха «выходного дня» стала решаться только в последнее время. Туристический бизнес открывает большие возможности для потребителей как высококачественный вид отдыха и для организаторов данного продукта – как чрезвычайно выгодное вложение капитала.

Анализ последних исследований. Исследованием сферы экологического туризма занимаются многие отечественные и зарубежные специалисты. Так, проблемами сельского туризма занимались Алешугина Н.О., Быкова А., Биркович В.И. Бойко Е.О., Бойко О.С., Бойчук А.А. Теоретико-методические основы экологизации туризма разрабатывали Гальцова И., Дмитрук С.В., Кубай Д., Герасимчук Н.А., Волков С.К. Вопросы развития «зелёного» туризма как разновидности предпринимательской деятельности были рассмотрены Волошенко С.С., Осиповой Е.Э., Ширихиной Е.Ю., Коробка С.В. Несмотря на активный интерес учёных к сфере развития экологического туризма, есть много вопросов, требующих дополнительного изучения и проработки, особенно это касается туристических перспектив отдельных регионов.

Цель статьи. Поэтому целью данной работы стало рассмотрение основных преимуществ развития экологического туризма в Донецком регионе.

Изложение основного материала. Институт международных ресурсов установил, что совокупный годовой рост числа туристов составляет около 4 %, тогда как численность экотуристов возрастает в последние годы среднегодовыми темпами – 10-30 %. В 1998 г. ВТО оценивала долю всех экологически ориентированных форм туризма как 20 % совокупного числа международных путешествий [5]. По данным экспертных оценок, для нужд экологического туризма ежегодно производится товаров и услуг на сумму 55 млрд дол. [4]. Так, например, в Коста-Рике доходы от туризма достигают 650 млн дол. в год. В ЮАР экологический туризм занимает по доходности второе место после добычи алмазов, на Аляске – второе место после добычи нефти. Ежегодный доход Кении от использования национальных парков составляет 450 млн дол., Эквадор ежегодно получает более 180 млн дол. от экотуризма на Галапагосских островах [2]. Всемирная туристская организация произвела оценку объёма рынка экологического туризма посредством использования общей туристской статистики. Путём анализа скрытых туристских мотиваций по посещению различных международных

дестинаций ВТО установила, что 40-60 % всех международных туристов составляют экотуристы, ориентированные на получение впечатлений от природной флоры, а 20-40 % туристов ориентированы на восприятие фауны [3]. До настоящего времени практически не проводились широкомасштабные исследования общемирового рынка экотуризма. Существуют лишь маркетинговые исследования отдельных туристских регионов (например, Коста-Рики, Белиза, Кении). При этом имеющиеся исследования концентрируют внимание на турах, сегменту же индивидуального туризма уделяется недостаточное внимание. Экологический туризм (экотуризм) приобретает всё большую популярность в современном мире. Причём темпы его роста прямо пропорциональны темпам уменьшения количества неизменных естественных и традиционных культурных ландшафтов.

В мире существует два основных направления экологического туризма. Первое направление – это когда главным объектом экотуризма являются малоизмененные естественные территории. Направление возникло в США в середине 80-х годов XX ст. в рамках организации туристских путешествий в наиболее отдалённые и неосвоенные регионы мира. Объектами экотуризма стали также местные национальные естественные парки. Второе направление развития экотуризма приобрело распространение в Европе и в Украине, оно предполагает посещение объектов традиционной местной культуры. В связи с тем, что при организации отдыха, в первую очередь, внимание сосредоточено на сельской местности, это направление экологического туризма у нас называют сельским или агротуризмом. Так, на стыке важнейших природоохранных, экономических и социальных проблем современности возникла концепция экологического туризма как одного из важнейших средств устойчивого развития природных территорий.

Эта концепция подразумевает неистощимое использование и сохранение биоразнообразия для будущих поколений, планирование и управление туристической деятельностью; помимо интересов туристов, он подразумевает также достижение общественных целей.

Во-первых, у государства появляется возможность частично делегировать свои полномочия и обязанности по защите окружающей среды бизнесу, на плечи которого ложатся обязанности по охране, поддержанию в первозданном состоянии и сохранению существующих экосистем на данной территории. В свою очередь, бизнес заинтересован в том, чтобы на занимаемой им территории качество окружающей среды было сохранено, а биологическое разнообразие расширялось. Экологический туризм является видом туризма, наиболее близким к окружающей среде в её широком понимании. Это выражается в более тесных связях со многими сферами, важными для устойчивого развития отдельных территорий и мировой системы в целом. Из всех видов туристской деятельности именно экологический туризм в наибольшей степени соответствует концепции устойчивого развития. Если представить модели массового (неустойчивого) и устойчивого развития туризма, то основное отличие заключается в том, что часть получаемых выгод в случае устойчивого развития туризма направляется на восстановление ресурсной базы и совершенствование технологий производства туристских услуг [1].

Во-вторых, развитие экологического туризма позволяет решить определённые социальные проблемы на территории своего размещения. Развитие экологического туризма гарантирует появление новых рабочих мест, наполнение бюджета региона за счёт уплаты налогов, организация мест отдыха в экологически чистых районах, проведение экологического образования и воспитания среди населения.

В-третьих, туристический бизнес является важной отраслью экономики непродуцированной сферы. Прямо или косвенно он оказывает влияние на развитие многих других отраслей экономики, частное предпринимательство и устойчивое развитие региона.

По данным ООН и WTO, в 2000 году доход от международного экотуризма составил 154 миллиарда американских долларов. По мнению некоторых авторов, если прибавить к ним доходы от внутреннего туризма, полученные цифры могут быть в 5-7 раз больше [6]. Экотуризм способен внести существенный вклад в национальную экономику и дать стране жизненно важные ресурсы. Роль экологического туризма в экономике обусловлена: отчислением доходов от туризма в местный бюджет или специальные фонды в качестве компенсации за природопользование или за эксплуатацию коммунальных объектов; внесением платы за передачу прав на природопользование; развитием инфраструктуры в местах природопользования (например, снабжение продуктами питания, строительными материалами, ремесленными изделиями и т. п.); расширением предложений работ по найму (служащие

профессиональных туристических агентств, обслуживающий персонал, охрана, перевозки и т.д.). Даже в тех случаях, когда первоначально экотуризм не являлся высоко прибыльным предприятием на местном уровне, некоторые государства нередко стимулируют его развитие путём дотаций, налоговых и прочих льгот, поскольку косвенные преимущества на региональном и национальном уровне делают его развитие предпочтительным.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Городским жителям, уставшим от суеты, необходим отдых. Причём отдых должен проявиться не в паре выходных, проведённых дома или в кафе с друзьями, – отдых должен стать полной сменой декораций, резким поворотом в жизни, который сродни шоку от электрического удара. Именно таким шоком, погружением с головой в ледяную воду и является для современных горожан экологический туризм. Потребительский спрос вместе с экономической эффективностью и экологичностью делает его перспективным направлением бизнеса в регионе.

Литература

1. Мозговая О. Инструменты управления развитием экологического туризма в регионах мира // О. Мозговая. // Белорусский журнал международного права и международных отношений, 2004. – № 2.

2. Сергеева Т.К. Экологический туризм в России: Перспективы и проблемы развития: «Круглый стол» «Москва и формирование единого туристского пространства России»: Сборник тезисов выступлений и докладов, г. Москва, 15 мая 2003 г. – М., 2003. – С. 101.

3. Шмелева Т.В. Разработка механизма управления развитием экологического туризма на особо охраняемых природных территориях: дис. канд. экон. наук.: 08.00.05. – Сочи, 2002. – С.21.

4. Экологическое право. Особенная часть: учебник. Для студентов юридических вузов и факультетов / Под ред. акад. В.И. Андрейцева. – К.: Истина. – 2001

5. Экологическое право Украины. Академический курс: Учебник. / За заг. редакторша Ю. С. Шемшученко. – К.: ООО «Издательство «Юридическая мысль», 2005. – 848 с.

6. Экотуризм на пути в Россию. – М., 2002. – С. 36. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.svastour.ru/uaz/ekoturizm-tury.htm>, 28.04.2015

УДК 330.322

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПЕРЕРАБОТКУ ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

Козекина Я. В.,

студентка кафедры менеджмента в производственной сфере,

Погребняк Ю. В.,

ассистент кафедры менеджмента в производственной сфере,

Донецкий государственный университет управления, г. Донецк

В данной статье рассмотрены проблемы накопления ТБО в Донецком регионе. Проанализирован фракционный состав ТБО в Донецкой области. Выявлены проблемы инвестиционной привлекательности вторичной переработки отходов и предложены пути их решения.

Ключевые слова: ТБО, производство, инвестиции, регион, экономическая привлекательность.

This article describes the problem of accumulation of solid waste in the Donetsk region. It analyzed the fractional composition of solid waste in the Donetsk region. The identified problems of investment attractiveness of recycling and ways of solving them.

Key words: Solid waste, production, investment, the region, the economic attractiveness.

Постановка проблемы. Развитие человеческого общества связано с постоянным развитием НТП, результатом чего является как расширение уже существующих, так и создание новых производств, что не всегда оказывает благоприятное воздействие на окружающую среду. В результате внедрения инновационных технологий в производственный процесс,

структура выпускаемой продукции стала более сложной, что оказало влияние на разнообразие состава отходов. Стремительное развитие НТП, помимо освоения новых технологий, приводит к постоянному изменению структуры отходов, вследствие чего происходит увеличение объёма отходов и ухудшение экологической ситуации, что, в свою очередь, оказывает негативное воздействие на развитие человечества в будущем и тем самым обретает глобальный характер [1, с. 302]. В современных условиях нарастающих темпов экономического развития и связанного с этим увеличения производительности образования твёрдых бытовых отходов (ТБО) требуется эффективная система утилизации мусора. В организации финансирования сферы обращения с отходами имеются существенные проблемы, которые связаны с недостатком средств, направляемых в эту сферу [2, с. 34].

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросу рационального обращения с ТБО, в контексте рационального природопользования и экологической безопасности, а также привлечения инвестиций в развитие инновационного потенциала региона, было посвящено ряд работ как отечественных, так и зарубежных учёных: Андрейченко А. В., Балацкого О. Ф., Бойчук Ю. Д., Буркинського Б. В., Бутенко А. И., Быстрякова И. К., Блума Д. Е., Войновича И. В., Галушкиной Т. П., Гирусова Э.В., Гречановской И. Г., Громовой Е. Н., Данилишина Б. М., Джигирея В. С., Дорогунцова С. И., Захарченко В. И., Киннамана Т. С., Краснянского М. Е., Ковалёва В. Г., Колосова А.В., Кучеренко В. Р., Лотоша В. Е., Мельник А. Ф., Мищенко В. С., Степанова В. М., Туницы Т. Ю., Харичкова С. К., Черевко Г. В. и др. Несмотря на множество проведённых исследований в этой сфере, проблема региональной системы управления обращением ТБО и её решение в муниципальных природоохранных программах, а также вопросы коммерческой выгоды переработки ТБО недостаточно проработаны в настоящее время, что приводит к необходимости дальнейшей её доработки и изучения.

Актуальность. В настоящее время формирование устойчивой системы финансирования отрасли обращения с отходами неразрывно связано с актуальной задачей привлечения инвестиций в сферу обращения с ТБО, в первую очередь, для решения задачи развития инфраструктуры отрасли. И поскольку для потенциального инвестора особую важность приобретает экономически обоснованный выбор технологии утилизации ТБО, формирование инвестиционной привлекательности является ключевым моментом в процессе развития обращения с отходами [3, с. 42].

Целью статьи является рассмотрение проблемы инвестиционной привлекательности утилизации ТБО и их переработки в Донецком регионе, а также рационального использования вторичных ресурсов, что, в свою очередь, позволит улучшить экологическое и экономическое состояние региона.

Изложение основного материала исследования. Развитие населённых пунктов Донецкой области, где на ограниченных территориях сосредоточено большое количество населения и центры активной хозяйственной деятельности, превратило санитарную очистку в самую актуальную с экологической точки зрения проблему городского хозяйства. По данным санитарных служб, на одного жителя крупных городов суточное образование бытовых отходов достигает 2 кг, а суточное образование влажных городских отходов, например, городов Донецка и Макеевки, составляет 3,5 тыс. тонн. Основная часть образованных твёрдых бытовых отходов вывозится на свалки и полигоны области, поскольку отсутствуют мусороперерабатывающие и мусоросжигающие заводы. В настоящее время в области накоплено 400 млн м³ твёрдых бытовых отходов [4, с. 218]. Безусловно, такой показатель является критическим, поэтому необходимо принимать меры по уменьшению образования ТБО. В данной ситуации можно использовать отходы как вторсырьё, но для начала нужно изучить состав ТБО Донецкой области. Результаты проведённого исследования фракционного состава бытовых отходов в Донецкой области за 2013 год показывают значительные колебания содержания отдельных компонент ТБО [4, с. 222]. Постоянно усложняется состав твёрдых бытовых отходов, включая в себя всё больше экологически опасных компонентов. Основная доля, тем не менее, приходится на пищевые отходы и отсев, растёт доля полимерной упаковки, стекла и бумаги. Относительно малую долю от общей массы ТБО составляют опасные отходы – отработанные химические источники тока (ОХИТ), остатки пестицидов, красок, люминисцентные лампы и проч. С ними в состав ТБО приносятся:

- ртуть – около 100 мг на каждую люминисцентную лампу;
- пестициды и лекарственные препараты;
- окислители (отбеливающие составы), СПАВ, компоненты красок (тяжелые металлы) – до 3-5 % от их закупочного количества;

– с ОХИТ – тяжёлые металлы, марганец, цинк, кислоты, свинец;
– полимерные материалы – исходные компоненты для непроизвольного синтеза диоксинов и иных ксенобиотиков.

Таким образом, данные, приведённые на рис. 1, свидетельствуют о наличии в отходах определённой доли вторичных ресурсов (пластика, стекла, макулатуры, металла, резины), которые при организационно продуманной системе переработки ТБО могли бы трансформировать данное производство в прибыльное.

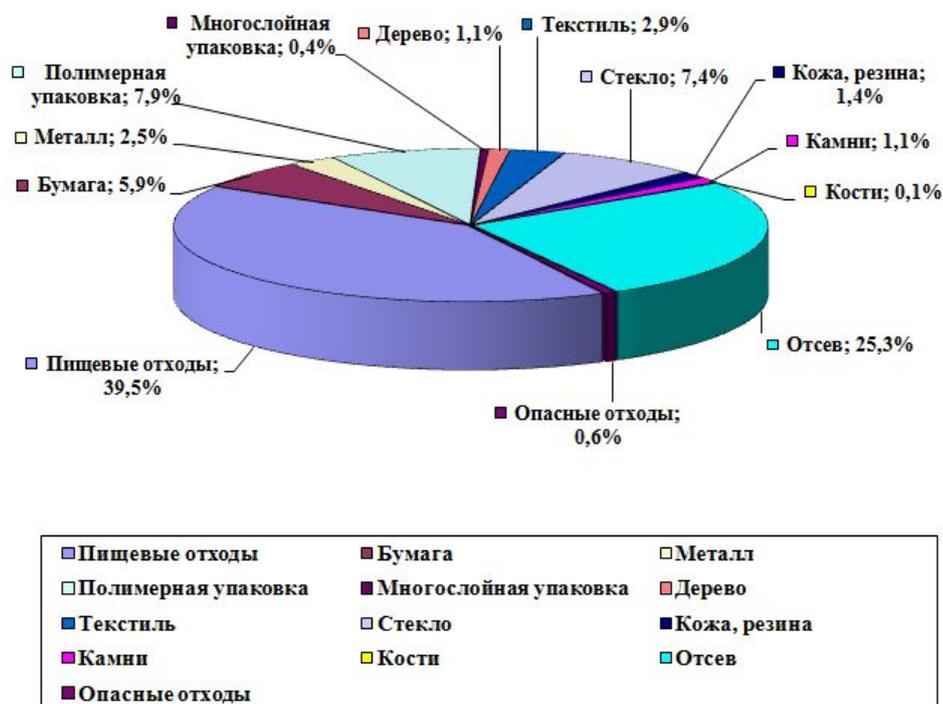


Рис. 1. Фракционный состав ТБО в Донецкой области в 2013 г., %

Для обоснования инвестиционной привлекательности проектов обращения с ТБО следует определить факторы, лежащие в основе их инвестиционной привлекательности, дающие чёткое представление о перспективности выбранного вида деятельности (табл. 1).

Таблица 1

Факторы инвестиционной привлекательности обращения с ТБО

Фактор	Преимущество
Экономический	– обеспечение дешёвым вторичным сырьём, извлечённым из общей массы твёрдых бытовых отходов, накопившихся на полигонах (бумага, стекло, пластмасса, металлолом и т. д.) ведущих промышленных предприятий, тем самым позволит снизить себестоимость выпускаемой продукции; – реализация отсортированных фракций ТБО, организация переработки которых на данном этапе развития НТП экономически не выгодна; – стимулирование финансирования инновационной деятельности, направленной на решение вопроса обращения с ТБО, структура которых постоянно изменяется [5, с. 491 – 504].
Экологический	– улучшение экологической ситуации в регионе; – уменьшение уровня нагрузки на полигоны ТБО.
Технологический	– возможность внедрения отечественных инновационных технологий сферы обращения с ТБО, разработанных непосредственно с учётом специфики Донецкого региона; – стимулирование развития НТП региона, сферы обращения с ТБО.
Социально-культурный	– создание новых рабочих мест на территории региона; – уменьшение социального напряжения.

Таким образом, сфера обращения с твёрдыми бытовыми отходами обладает всеми инвестиционно-привлекательными чертами. Однако существует ряд проблем, с которыми сегодня приходится сталкиваться при попытке решения вопроса с ТБО в Донецком регионе:

– система оценки объёмов накопления отходов является однобокой, основываясь в основном на данные, полученные с отдельных предприятий, деятельность которых направлена на увеличение объёмов вывозимых ТБО на свалки. По сравнению с зарубежным опытом учёта ТБО, на отечественных предприятиях отсутствует возможность расчётным методом оценить объёмы образования ТБО на основании технологических характеристик тех или иных процессов. Лимиты, декларируемые предприятиями, перепроверить практически невозможно. Они часто завышаются, что приводит к снижению объёмов платежей за сверхлимитный объём производства, что приводит в дальнейшем к недополучению финансовых средств бюджетом, средства которых должны направляться на финансирование сферы рационального обращения с ТБО;

– несовершенная система нормативно-правового регулирования деятельности, связанная с накоплением ТБО, следствием чего является, *во-первых*, неудовлетворительная система первичного учёта вывозимых отходов и их паспортизации, *во-вторых*, неопределённость основ их классификации, *в-третьих*, отсутствие порядка отнесения отходов к категории опасных и соответствующей методики оценки класса опасности вывозимых отходов;

– отсутствие форм первичного учёта, неопределённость номенклатуры приводят к низкой достоверности данных о вывозимых ТБО, что не позволяет определить достоверную сумму тарифа и штрафов за попадание опасных фракций ТБО в общую их массу. Результатом чего и являются разногласия между предоставляемыми данными государственной статистической отчётности и данными, фактически установленными в результате проведения проверок фракционного состава вывозимых отходов;

– отсутствие методики определения достоверной суммы, начисляемых тарифов на вывоз ТБО, вследствие чего наблюдается недополучение финансовых средств соответствующими бюджетами;

– недееспособная система обложения штрафами, а также административной ответственности за нанесение вреда окружающей среде путём вывоза мусора на несанкционированные свалки;

– отсутствие организованной системы раздельного сбора отходов, являющихся вторичным сырьём;

– отсутствие адресной привязки законодательных требований по обеспечению полноты сбора, надлежащего сохранения и недопущения уничтожения отходов, являющихся вторичным сырьём;

– невыполнение требования обеспечения полного сбора и недопущения уничтожения отходов, содержащих вторсырьё;

– отсутствие учёта отходов и неполнота статистической отчётности фракционного состава вывозимых ТБО на свалки;

– невыполнение требований санитарной очистки населённых пунктов и т. д. [1; 6; 7].

При формировании региональной стратегии, основанной на создании привлекательных условий привлечения реальных инвестиций в переработку ТБО, необходимо:

– пересмотреть методику оценки услуг на вывоз с последующей переработкой ТБО, а также тарифную политику, оказывающую прямое воздействие на инвестиционную привлекательность сферы предоставления услуг населению;

– провести комплекс мероприятий, направленных на повышение уровня культурного воспитания населения в вопросе необходимости рационального обращения с ТБО на примере опыта экономически развитых стран, в результате чего будет повышен уровень культуры будущих поколений и т. д.;

– стимулировать увеличение объёмов финансирования инновационной сферы региона, придав при этом приоритет в финансировании региональных программ переработки ТБО;

– пересмотреть нормативно-правовые документы, регулирующие отношения как в сфере обращения с ТБО, так и в инвестиционно-инновационной деятельности [2; 3; 6; 7; 8].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Сфера обращения с твёрдыми бытовыми отходами обладает всеми инвестиционно-привлекательными чертами. Исходя из проведённого исследования, организация решения вопроса накопления, сортировки и утилизации ТБО является экономически обоснованной. При правильно обоснованном подходе к поставленной задаче данная сфера является рентабельной, самокупаемой, являясь при этом

дополнительным источником доходной части бюджета, а также источником финансовых средств, которые потенциально могли бы направляться на развитие инновационной деятельности сферы обращения с ТБО. Основной проблемой, с которой сегодня приходится сталкиваться при попытке решения вопроса с ТБО, является отсутствие как источников финансовых средств, так и механизма, предусматривающего привлечение инвестиций. В связи с этим возникает необходимость рассмотрения механизмов привлечения инвестиций, а также проведения соответствующей оценки эффективности реальных источников финансовых ресурсов, направляемых на увеличение уровня инвестиционной привлекательности сферы обращения с твёрдыми бытовыми отходами.

Литература

1. Бойчук Ю. Д. Екологія і охорона навкол. середовища. Навч. пос. (3-є вид.) / Ю. Д. Бойчук. – Суми: Унів. книга, 2005. – 302 с.
2. Андрейченко А. В. Регіональний аспект залучення інвестицій в переробку твердих побутових відходів (ТПВ) / А. В. Андрейченко // Науковий вісник: зб. наук. праць. – Одеса: ОДЕУ, 2005. – № 4(16). – С. 34-36.
3. Андрейченко А. В. Джерела залучення інвестиційних ресурсів переробки твердих побутових відходів (ТПВ) / А. В. Андрейченко // Науковий вісник: зб. наук. праць. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – № 19(75). – С. 42-51.
4. Краснянский М. Е. Изучение потоков вторичного сырья в твердых бытовых отходах г. Донецка / М. Е. Краснянский, А. Бельгасем, О. Н. Калинихин // Сборник научных статей «Проблемы сбора, переработки и утилизации отходов». – Одесса: ОЦНТЭИ, 2013. – С. 218-222.
5. Андрейченко А. В. Інвестиційно-інноваційні чинники обґрунтування обсягів інвестиційних ресурсів переробки твердих побутових відходів (ТПВ) / А. В. Андрейченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2008. – Т. 2. – № 000. – С. 491-504.
6. Буркинский Б. В. Экологизация политики регионального развития: Монография / Б. В. Буркинский, Н. Г. Ковалева. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2002. – 328 с.
7. Галушкіна Т. П. Організаційно-економічні засади впровадження екологічного аудиту у сфері поводження з твердими побутовими відходами / Т. П. Галушкіна, Н. О. Хижнякова // Экономические инновации. Региональные экономические системы в экономическом, социальном и экологическом пространстве. Сборник научных работ. – Одесса: Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2007. – № 29 – С. 8 – 11.
8. Буркинский Б. В. Экономико-экологические основы регионального природопользования и развития / Б. В. Буркинский, В. Н. Степанов, С. К. Харичков. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2005. – С. 575–579.

УДК 004:334.012.64

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ И СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ПРОЦЕССЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Антонюк М. П.,
студентка кафедры менеджмента в производственной сфере,
Стехин А. П.,
к.т.н., доцент кафедры менеджмента в производственной сфере,
Донецкий государственный университет управления, г. Донецк*

В статье рассмотрен перечень существующих концепций оценки эффективности работы предприятий. Кратко описана система сбалансированных показателей, являющаяся наиболее приемлемой к действительности. Графически сформированы основные направления оценки эффективности работы предприятий. Представлен сравнительный анализ современных информационных систем.

Ключевые слова: оценка эффективности, система сбалансированных показателей, информационная система, программный продукт.

In the article describes the list of existing concepts of evaluating the performance of enterprises. Briefly was described the balanced scorecard what is the most appropriate to reality. Graphically, was formed the main directions of evaluating the performance of enterprises. Presented the comparative analysis of modern information systems.

Keywords: performance evaluation, balanced scorecard, information system, software.

Постановка проблемы. В условиях нестабильного экономического развития особо актуальны проблемы эффективности деятельности предприятий, оценка промежуточных и конечных результатов производства на предприятии. Правильный выбор направления стратегического развития, тактики и средств достижения поставленных задач через систему создания краткосрочных и среднесрочных планов, а также систему показателей деятельности предприятия является условием его успешного развития. Планирование позволяет контролировать ситуацию, отсутствие планирования – только реагировать на её изменение [5].

Цель статьи. Изучить подходы к формированию интегральных показателей оценки эффективности работы предприятия, к их применению и учёту с помощью программного обеспечения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы теоретических подходов и методик оценки эффективности деятельности предприятий относятся к направлениям научных исследований, достаточно широко освещённым в работах экономистов, относящихся к разным периодам времени и различным научным направлениям. Вклад в развитие теории и практики оценки эффективности внесли такие советские и российские учёные, как П. Л. Виленский, Б. А. Колтынюк, В. В. Ковалева, В. Н. Лившиц, И. В. Липсиц, М. В. Мельник, С. А. Смоляк, А. Г. Шахназарова, А. Д. Шеремет и др. Вопросы оценки эффективности деятельности предприятий подробно и всесторонне рассмотрены в работах зарубежных учёных, которые занимались исследованиями и практической реализацией результатов в этой области. К ним относятся Г. Вайе, П. Друкер, У. Деринг, Д. Стоун, К. Хитчинг, Р. Каплан, Д. Нортон, Л. Мейсел, К. МакНейр, Р. Ланч, К. Кросс, И. Ансофф, Ли Якокка и др.

Изложение основного материала. В настоящее время всё чаще возникает вопрос и необходимость использования новых методов оценки результатов деятельности предприятия, поскольку старые подходы не обеспечивают полного отображения всех экономических показателей, важных для принятия управленческих решений. В связи с этим проблема выбора наиболее приемлемого метода анализа эффективности деятельности предприятия является достаточно актуальной и требует дальнейшего исследования. С течением времени стратегия предприятия имеет тенденцию к изменениям, что влечёт за собой необходимость через определённые отрезки времени проверять соответствие данной стратегии имеющихся целей и показателей. Из-за ограниченной информативности отдельных показателей возникает необходимость в использовании систем показателей, которые позволяют не только количественно охарактеризовать и оценить ситуацию, но и вскрыть причины возникновения проблемы, а также провести структурно-логический анализ влияющих факторов [3]. Комплексный подход к оценке эффективности работы предприятия основывается на построении системы показателей, которая характеризует и охватывает все стороны его деятельности, находящиеся в определённой взаимосвязи друг с другом и дающих необходимую и достаточную информацию для принятия управленческого решения. Система показателей, ориентированная на цель, позволяет представить важные целевые плановые величины во взаимосвязях с лежащими в их основе влияющими величинами, при использовании которых можно интерпретировать целевые показатели [2]. Сосредоточенное внимание только на финансовых показателях не даёт полной картины состояния предприятия и не позволяет построить точный прогноз его развития. Для адекватного управления эффективностью функционирования современных субъектов рыночной экономики разработаны стоимостно-ориентированные концепции. К ним относятся системы сбалансированных показателей (ССП) (Р. Каплан и Д. Нортон), СПП (Л. Мейсел), пирамида эффективности (К. Мак Неир, Р. Ланг, К. Кросс), EP2M- effective progress and performance – оценка эффективности деятельности и роста (П. Робертс, К. Адамс), EVA (Стюарт, Штерн), TPS (Р. К. Хьюберт).

Из представленных концепций наиболее приемлемой к действительности представляется модель СПП Каплана и Нортон, позволяющая переводить конкретную деятельность и стратегию в достаточно полный набор показателей, которые фактически образуют систему

стратегического управления и контроля. Универсальность сбалансированной системы показателей Каплана и Нортон позволяет использовать её во многих областях деятельности предприятий. Составление сбалансированной системы показателей основывается на разложении стратегии с помощью стратегической карты по четырём перспективным направлениям: финансовое положение предприятия, клиенты предприятия и рынки сбыта, бизнес-процессы, обучение и развитие персонала. Разработка системы сбалансированных показателей начинается с создания стратегической карты, на которой отражаются причинно-следственные связи между теми задачами, которые необходимы для достижения целевого результата. Стратегическая карта малых и средних предприятий представлена на рис. 1.

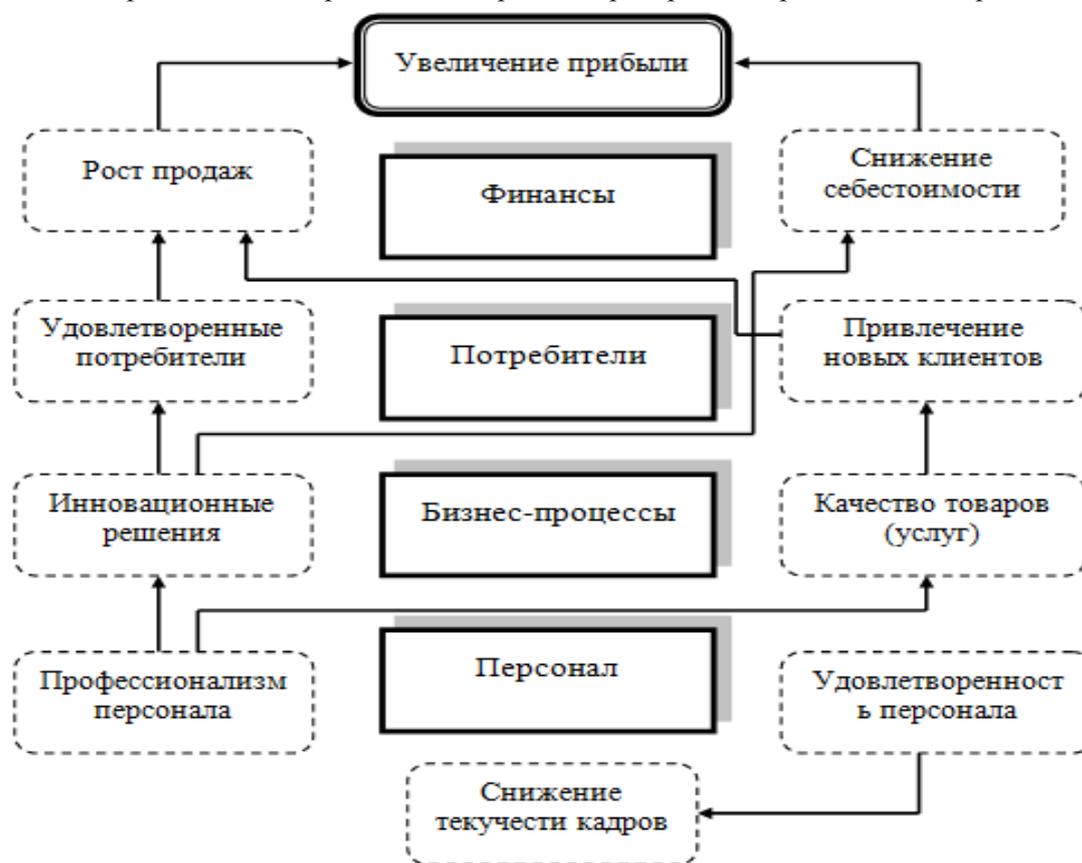


Рис. 1. Пример стратегической карты концепции ССП

Завершение построения стратегической карты позволяет перейти к выбору интегральных показателей сбалансированной системы, указанных в табл. 1.

Таблица 1

Интегральные показатели оценки эффективности работы предприятия

Направления	Цели	Показатели
1	2	3
Финансы	Повысить прибыльность бизнеса	Чистая прибыль
	Обеспечить темп роста продаж	Прирост продаж, объём реализованной продукции
	Эффективность производственной и коммерческой деятельности	Рентабельность продукции и продаж
	Финансовая стабильность и устойчивость	Собственный капитал
	Платежеспособность предприятия	Коэффициенты покрытия, обеспеченности собственными оборотными средствами, текущей ликвидности
Потребители	Удовлетворение потребностей клиентов	Оценка с помощью опросов

	Расширение клиентской базы	% привлечённых клиентов
Бизнес-процессы	Качество товара	% брака
	Инновации в производстве	% нового оборудования и технологий
	Мотивационные решения	% надбавок и выплат
Персонал	Сохранение кадрового состава	Текущая текучесть кадров
	Удовлетворенность работой	Опрос
	Профессионализм работников	Результаты аттестации

Показатели необходимы для достоверного выражения содержания стратегических целей, а также для определения степени их достижения. При измерении стратегических целей происходит развитие управляемого объекта в намеченном направлении. В таблице представлен малый перечень тех целей и соответствующих им показателей, которые в действительности и на практике можно применять в работе малых и средних предприятий, но, даже имея его, предприятие сможет структурировать свою работу по оценке эффективности различных областей своей деятельности.

Одной из основных проблем, с которой сталкиваются предприятия, решившие внедрить у себя методологию ССП, состоит в том, чтобы в автоматическом режиме постоянно обеспечивать ССП свежими данными и поддерживать её в рабочем состоянии. Сбор, оценка и анализ данных играет здесь большую роль. Применение интегральных показателей в оценке работы предприятия в целях повышения оперативности обработки больших массивов информации, сокращения трудозатрат, безопасного доступа к большим объёмам корпоративных данных, анализа и удобного, наглядного представления его результатов, рекомендуется с использованием специальных информационных технологий. Учитывая большой объём постоянно движущихся информационных потоков на современных предприятиях, целесообразность и эффективность обработки информации вручную в целях оперативного представления данных для принятия управленческих решений будет минимальной и очень затратной. Вопросы автоматизации информационных процессов и применения программного обеспечения рассмотрены в [4]. Выбор программного обеспечения, с помощью которого можно повысить эффективность работы предприятия и его оценку, представлен в табл. 2.

Таблица 2

Критериальная оценка выбора обеспечения для внедрения в работу предприятия

№ n/n	ПО	Business Studio	SAP	Oracle	1С:УПП	Галактика	Парус
	Показатели						
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Страна производитель	Россия	Германия	США	Россия	Россия	Россия
2	Стоимость ПО на 1 рабочую станцию	850-1500 \$	7000 \$	5000 \$	150-600 \$	350-1200 \$	1000-2000 \$
		5	2	2	5	4	3
3	Сроки внедрения	1-2 года	1-5 лет и более	1-5 лет и более	3-9 мес. и более	4 мес. – 1,5 года	4 мес. – 1 год
		3	2	2	5	5	4
4	Сроки обучения	2,5-3 мес.	4-5 мес.	4-5 мес.	2-3 мес.	3 мес.	3 мес.
		5	3	3	5	4	4
5	Интеграция с другими ПО	+	+	+	+	+	+
		5	5	5	5	5	5
6	Интерфейс	комбинир.	табл.	табл.	комбинир.	комбинир.	табл.
		5	3	3	5	5	4

7	Надёжность	+	+	+	+	+	+
		5	5	5	5	5	5
8	Структура программы	5	3	3	5	3	4
9	Использование на предприятиях	средние, крупные	очень крупные	очень крупные	малые, средние	крупные, очень крупные	средние, крупные, очень крупные
		4	2	2	5	3	4
10	Доля рынка	3	5	5	4	1	2
11	Сумма баллов	40	30	30	44	35	35
12	Средний балл	4,4	3,3	3,3	4,8	3,8	3,8

С помощью расстановки субъективной оценки показателей предприятие может осуществить выбор более подходящего к его принципу работы программного обеспечения.

Рассмотрев возможные программные продукты и оценив результаты сравнительного анализа, можно сделать вывод, что для устранения недочётов в работе, улучшения её качества и совершенствования работы отделов, своевременного предоставления полномасштабных результатов оценки руководителю с привязкой к базисным периодам и тем самым улучшения оценки эффективности работы предприятия в целом рациональным выбором будет 1С:

Управление производственным предприятием и Business Studio.

Система 1С: Управление производственным предприятием для Украины является эффективным инструментом автоматизации всех направлений хозяйственной деятельности производственного предприятия. Программа представляет собой эффективный инструмент планирования, контроля и оперативного управления финансовыми и материальными ресурсами производственного предприятия.

Спектр задач, решаемых системой 1С: Управление производственным предприятием для Украины включает: управление финансами и денежными средствами, планирование и бюджетирование, управление производством, закупки и складской учёт, продажи и управление взаимоотношениями с клиентами, формирование регламентированной и управленческой отчётности, управление необоротными активами [6]. Всё это предоставляет высшему руководству предприятия возможности для планирования, всестороннего анализа и эффективного управления ресурсами предприятия в целях повышения его конкурентоспособности. Специалистам, занимающимся производственно-сбытовой, материально-технической и финансово-учётной деятельностью, – средства и методы автоматизированного ведения учёта, а также рычаги и инструменты, позволяющие повысить эффективность ежедневной работы по своим направлениям. Business Studio – система визуального бизнес-моделирования, основное назначение которой – описание моделей бизнес-процессов предприятия, организационных структур, документооборота с автоматической генерацией регламентов процессов, процедур, положений о подразделениях и должностных инструкций, доступных на каждом рабочем месте в форме html-навигатора или документов Microsoft Word. Система бизнес-моделирования Business Studio предназначена для специалистов отделов организационного развития, руководителей предприятий, консультантов в области управления и информационных технологий, а также может быть использована в работе сотрудниками других подразделений предприятия. Она разработана специально для поддержки полного цикла проектирования эффективной системы управления компанией «Проектирование – Внедрение – Контроль – Анализ», позволяя решать следующие задачи:

- формализация стратегии и контроль ее достижения;
- моделирование и оптимизация бизнес-процессов;
- проектирование организационной структуры и штатного расписания;
- регламентация деятельности: разработка регламентов и распространение их среди сотрудников;
- внедрение системы менеджмента качества в соответствии со стандартом ISO [1].

Выводы. Данный выбор программного обеспечения не говорит о несовершенстве других рассмотренных программных продуктов. Однако, если рассматривать их с позиции применения в автоматизированных системах малых и средних предприятий, то затраты, сопутствующие их внедрению, будут в несколько раз превосходить полученный эффект.

Литература

1. Герасименко Н. А. Система визуального бизнес-моделирования для оптимизации и реинжиниринга бизнес-процессов /Н. А. Герасименко // М.: Международный финансовый еженедельник «Финансовая газета». – 2006. – № 48. – С. 1-2.
2. Сухарева Л. А., Петренко С. Н. Контроллинг – основа управления бизнесом. – К.: Эльга, Ника – Центр, 2002. – 106 с.
3. Контроллинг / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова / Под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 206 с.
4. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе. Курс лекций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studme.org/1211102220569/informatika/innovatsionnye_tehnologii_v_kommertsii_i_biznese
5. Силкин А. В. Формирование стратегии развития АБЗ на базе построения сбалансированной системы показателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosdornii.ru/files/dorogi-i-mosti/9-8-13/01.pdf>
6. 1С Управление производственным предприятием для Украины – 1С УПП 8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smartcapital.com.ua/products/1c/upp/index.html>

Научное издание

**СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК
ДОНЕЦКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА УПРАВЛЕНИЯ**

Материалы представлены на языке оригинала.

**Материалы, которые публикуются, отображают точку зрения авторов,
которая может не совпадать с мнением редколлегии сборника.**

**При цитировании или частичном использовании текста публикаций
ссылка на сборник обязательна.**