

тех видах деятельности, в которых у предприятия есть свои преимущества и необходимые компетенции, которых нет у конкурентов. Когда у предприятия нет особых преимуществ, что чаще всего и бывает, то стратегия базируется на уже имеющихся ресурсах и возможностях компании с учетом слабых сторон. Нецелесообразно разрабатывать стратегию, которую невозможно воплотить в жизнь при уже имеющихся ресурсах и возможностях. Так же неоправданно планировать какую-либо стратегию в той сфере, в которой предприятию не под силу конкурировать из-за отсутствия опыта и возможностей.

Заключение. Таким образом, процесс стратегического управления состоит из нескольких циклов оперативного и текущего управления. Эти циклы обеспечивают непрерывный процесс реализации данной стратегии. Вместе с разработкой стратегии, внедрение радикального и эффективного механизма управления является значимым результатом в стратегическом управлении. Процесс выбора стратегических мероприятий в условиях кризиса характеризуется индивидуальными целями и эффективностью деятельности предприятия, а завоевание и удержание конкурентного преимущества рассматриваются как инструменты достижения стратегически значимых результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ларионов, И.К. Антикризисное управление / И.К. Ларионов. – М.: Дашков и К, 2013. – 380 с.
2. Балдин, К.В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень / К.В. Балдин. – М.: Дашков и К, 2013. – 268 с.
3. Коротков, Э.М. Антикризисное управление / Э.М.Коротков, А.А.Беляев. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 319 с.
4. Распопов, В.М. Превентивное антикризисное управление / В.М. Распопов, В.В. Распопов. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 432 с.
5. Тавасиев, А.М. Антикризисное управление кредитными организациями / А.М. Тавасиев, А.В. Мурычев. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 543 с.

УДК 338.28

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ В ТРАНСПОРТНУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ

Д. П. Бондарь, Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск

Резюме - в статье рассматриваются проблемы привлечения инвестиций в транспортную инфраструктуру. Обоснована необходимость финансового обеспечения инфраструктурных проектов. Представлена оценка эффективности транспортной инфраструктуры. Автором представлен вывод по проделанному анализу материалов исследования.

Ключевые слова: инвестиции, эффективность, оценка, транспортная инфраструктура.

Введение. В настоящее время вопросы, связанные с финансированием инвестиций в транспортную инфраструктуру, не могут удовлетворить рост спроса, что вызвано увеличением транспортных потоков. Более того, такие инвестиции имеют ряд последствий для развития, распределения богатства и социального обеспечения. Необходимость защиты окружающей среды также подразумевает, что создание дополнительной инфраструктуры будет ограничено. Качество транспортной инфраструктуры является ключевым фактором, определяющим эффективность транспортного сектора и развитие транспортной инфраструктуры. Страны тратят значительные суммы денег каждый год на строительство, обслуживание и улучшение своей транспортной инфраструктуры в ответ на растущий спрос на грузовые перевозки и необходимость модернизации устаревшей инфраструктуры [1, с.789]. Во всем мире использование любой формальной процедуры оценки транспортных проектов является обязательным условием. Однако, по большому счету, они являются частичными; на самом деле большое значение часто придается начальным этапам процесса проектирования, когда жизненно важная информация, такая как точные прогнозы затрат и спроса, в основном отсутствует. Более того, многие из этих процедур не учитывают ключевые вопросы, такие как риски проекта, финансирование капитальных затрат, скрытый спрос, несовершенство рынка, наличие рабочей силы и различные несовместимости между показателями поездки, временем поездки и местоположением. В результате проекты, которые оцениваются как жизнеспособные в соответствии с такими несовершенными схемами оценки, могут иметь существенно иной прогноз капитальных затрат и спроса [5, с.162].

Основная часть. Оценка эффективности инвестиций в транспортную инфраструктуру осуществляется в рамках макроэкономического подхода с учетом совокупного воздействия на экономику. Традиционные макроэкономические эффекты включают в себя: изменения валового продукта, благосостояния или факторной производительности в результате инвестиций в объекты инфраструктуры. Соответствующая оценка и снижение рисков при вводе в эксплуатацию объектов инфраструктуры, является ключевым фактором, обеспечивающую стабильность любой экономической оценки на всех остальных этапах жизненного цикла инфраструктуры. На протяжении всего цикла проекта, чтобы уменьшить отрицательные или непредвиденные последствия, важно акцентировать такие ресурсы как: время и денежные средства, для инженерных изысканий и анализа прогнозируемого спроса. Таким образом, можно постараться избежать перерасхода бюджета или задержек при выполнении работ и вводе в эксплуатацию [2, с.36]. Краткосрочная оценка воздействия может быть измерена изменениями в экономической деятельности, которые происходят во время строительства общественных объектов, и дополнительными эффектами, вызванными спросом на товары и услуги в остальной части экономики. Одна из преобладающих точек зрения заключается в том, что чем больше будут государственные инвестиции в инфраструктуру, тем выше будет производительность и рост ВВП. Макроэкономические эффекты содействуют масштабным инвестиционным планам для транспортной инфраструктуры. Но когда речь заходит о конкретном инфраструктурном проекте, определенная прибыль может быть рассчитана с точки зрения микроэкономики [3]. Часто в процессе определения приоритетов государственных инвестиций оценка проекта включает в себя анализ рентабельности, в котором сравниваются

затраты и доходы проекта для предприятий в течение всего жизненного цикла. Помимо этого, проводится анализ рентабельности или финансовая оценка, которая позволяет учитывать позицию предпринимателей в процессе принятия решений. Кроме того, в этом случае не имеет значения, какие средства будут вложены, государственные или частные. И тот и другой анализ взаимодополняют друг друга. В то же время финансовый анализ включает только доходы и расходы частных собственников, финансовая или социально-экономическая оценка включает все доходы и расходы, независимо от того, кто именно является бенефициаром. Условия, которые можно оценить, берутся во внимание, за исключением налогов и всех видов субсидий. Существуют кроме того условия, которые предусматривают только лишь на основе возможных доходов или расходов [4, с.139].

Отдельные инфраструктурные проекты должны быть основаны на анализе затрат и прибыли, а также финансового анализа. Финансовая оценка масштабных капиталоемких инвестиций сочетает методы проектного финансирования с традиционным инвестиционным анализом. В рамках финансовой оценки приток доходов и платежей рассчитывается на протяжении всего жизненного цикла проекта. Он учитывает не только доходность денежных потоков от этого проекта, но и доходность для акционеров. Касательно акционеров, в этом случае доходность будет определяться различными налоговыми и бухгалтерскими решениями, а также соответствием основному виду деятельности [3].

Заключение. В рамках этого анализа, особенно в отношении новых строительных объектов, важно учитывать риски, которые могут быть использованы для управления или смягчения последствий. Только в этом случае можно будет обеспечить успех проекта, несмотря на некоторые его изменения. Ранее описанные методы позволяют управлять рисками, которые без надлежащего контроля могут привести к проблемам при превышении запланированных кредитов и задержкам при вводе в эксплуатацию. Прежде всего, речь идет о земельных рисках, геотехнических рисках, городских рисках на въездах в крупные города.

Поэтому принципиально доказать реализацию значимых инфраструктурных проектов, в частности последствий правильного планирования, проектирования, строительства и ввода в эксплуатацию. В связи с этим решение о начале проекта обязано базироваться на финансовой оценке и качестве управления рисками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кудрявцев, А.М. Методический подход к оценке развития транспортной инфраструктуры региона / А.М. Кудрявцев, А.А.Тарасенко. – М.: Фундаментальные исследования, 2014. – 789 с.
2. Литвяков, С.С. Отбор и оценка эффективности проектов в сфере развития транспортной инфраструктуры для их реализации на основе государственно-частного партнерства / С.С. Литвяков. – М., 2013. – 36 с.
3. Оценка инфраструктурных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2481932>. – Дата доступа: 10.09.2019.
4. Руднева, Л.Н. Транспортная инфраструктура региона: понятие и факторы формирования / Л.Н.Руднева, А.М. Кудрявцев. – М.: Российское предпринимательство, 2013. – 139 с.
5. Спицына, Т.А. Особенности оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере инфраструктуры / Т.А.Спицына. – М., 2007. – С. 160-168.

УДК 339.138:658.81

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ СБЫТОВЫХ РЕШЕНИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

канд. техн. наук С.В.Глубокий, Н.Д.Гончарова, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме - внедрение информационных технологий в маркетинговые кампании позволяет привлечь большое количество новых клиентов, повысить известность бренда, оперативно реагировать на изменяющиеся интересы целевой аудитории, взаимодействуя с ней напрямую, что в совокупности положительно влияет не только на имидж, но и на размеры сбыта и развитие компании в целом.

Ключевые слова: блоггеры, промоция, социальные сети, товародвижение, товаросопровождение.

Введение. В настоящее время промоция плотно вошла в бизнес. Организации используют различные маркетинговые уловки, чтобы привлечь внимание потребителей к своему продукту. Чаще всего компании применяют смешанные методы промоции, используя как онлайн-, так и оффлайн-приемы, которые, образуя синергетический эффект, позволяют добиваться наиболее высоких результатов. Однако, не стоит забывать про еще один элемент, который в последнее время играет одну из важных ролей в бизнесе – информационные технологии, в частности интернет. Глобальная сеть является одной из современных и наиболее эффективных площадок для размещения рекламы, промоции бренда и стимулирования сбыта.

Основная часть. В последнее время одним из самых популярных методов интернет-маркетинга служит промоция в социальных сетях. Владельцами аккаунтов в социальных сетях являются большинство людей в возрасте до 40-45 лет. По статистике выявлено, что с каждым годом количество пользователей интернетом и социальными сетями для обучения, работы, покупки или продажи товаров и услуг, увеличивается. Это напрямую свидетельствует о росте доверия к торговле с помощью информационных технологий и эффективности промоции в социальных сетях, что положительно влияет на стимулирование сбыта в целом.

Маркетинг в социальных сетях, или SMM (Social Media Marketing), – это процесс использования социальных платформ как каналов промоции и решения иных бизнес-задач [1]. Ключевой целью данного процесса является привлечение внимания целевой аудитории к компании, продаваемому товару или предоставляемой компанией услуге, посредством