

тантами и клиентами. Однако, именно эти люди знают страну и бизнес компании лучше, чем кто-либо другой [3]. Глобальный маркетинг предоставляет хорошую возможность нанять качественных специалистов в разных частях света. Управление маркетингом для предприятий, работающих в международном масштабе, – это постоянно меняющаяся среда. Именно тот бизнес, который думает о различных экономиках и найме нужных людей, сможет увеличить количество текущих или потенциальных клиентов [1].

Заключение. Таким образом, глобальный маркетинг отражает многовекторную систему отношений глобального управления персоналом компаний, реализующих маркетинговую стратегию. Использование новых методов работы способствует росту конкурентоспособности, увеличивает приток новых клиентов и, соответственно, прибыль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мировая глобализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mirovaya-globalizatsiya-vzaimodeystvie-sovremenn/>. – Дата доступа: 12.05.2020.

2. Глобализация рынка и маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/read/article/a46.htm>. – Дата доступа: 12.05.2020.

3. Маркетинг и продвижение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.airbnb.ru/resources/hosting-homes/t/marketing-promotion-10>. – Дата доступа: 12.05.2020.

УДК 338.2

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ИНФЛЯЦИИ НА РАЗВИТИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Т.А. Проживальская, А.А. Чешун, студентки группы 10507117 БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н.В. Жудро*

Резюме – В данной статье рассмотрено влияние инфляции на развитие производственной деятельности предприятия. Исследованы способы воздействия инфляции на результаты деятельности предприятия.

Summary – This article discusses the effect of inflation on the development of the production activity of an enterprise. The methods of the impact of inflation on the results of the enterprise.

Введение. Инфляция, как многомерный процесс, формируется в результате взаимодействия множества различных рыночных факторов. Предприятия, как основные субъекты рыночных отношений, оказываются под влиянием инфляции, которая затрагивает все аспекты его хозяйственной деятельности.

Основная часть. Рассмотрим, как инфляция влияет на развитие экономики предприятия.

1. Потребительские покупки. Быстро растущие цены заставят потребителей «держаться подальше» от товаров и услуг.

2. Товары на складе. Быстро растущие цены не только влияют на цену, которую платят потребители, они также влияют на стоимость, которую предприятия должны платить за материалы и инвентарь. Если продукция на складе стоит дороже, чем только что проданная, это может привести к недостатку финансов на предприятии.

3. Кредитование. Многие компании в разгар инфляции поддаются приманке легких денег и считают, что получение бизнес-кредита – хорошая идея. Они считают, что, поскольку темпы инфляции растут, стоимость (в покупательной способности) возврата кредита будет меньше, чем стоимость взятого займа. Однако, как и в случае с любым долгом, компании должны знать, сколько они берут, потому что даже более дешевые деньги не спасут их, если прибыль не увеличится от создания новой продукции или открытия новых филиалов.

4. Инвестиции. Инфляция расходов предприятия. Для предприятий, сильно пострадавших от высокой инфляции, модернизация устаревшей электроники и оборудования становится практически невозможной. Офис может выиграть от нового компьютера, а его реконструкция может понравиться клиентам, но такие обновления не будут возможны. Прибыль не только низкая, но и высокая инфляция делает даже обычные повседневные расходы дорогими.

5. Заработная плата сотрудников. Одна из основных затрат на ведение бизнеса для большинства компаний – это заработная плата сотрудников. Как правило, сотрудники страдают больше, чем компании из-за инфляции. Приведем пример Веймарской Германии, когда цены росли каждый час. А теперь представьте, что произойдет, если сотрудники не получают повышения заработной платы, кроме как раз в год. Очень быстро этот сотрудник перестал бы приходить на работу. То же самое происходит в меньшем масштабе, когда инфляция ниже. Для простоты предположим, что работник зарабатывает 10 у. е. в час. Если инфляция составляет 5 % в год, то, что он мог бы купить за один час труда в январе, обойдется ему в 10,50 у. е. в декабре, но он еще не получил повышения, так что, если цены растут быстро, работник всегда на год отстает.

Кроме того, инфляция дает предприятиям возможность снизить стоимость заработной платы работников. Сотрудники не согласятся на сокращение заработной платы, но, увеличив заработную плату сотрудников по ставке ниже уровня инфляции, предприятия могут снизить расходы на оплату труда своих сотрудников.

Заключение. Таким образом можно заключить, что инфляция вносит некоторую неопределенность при оценке деятельности предприятия. Вли-

яние инфляции может быть нейтрализовано путем создания за счет сверхприбыли резерва на смягчение ее последствий. Его можно создать двумя способами: путем сохранения стоимости инвестированного капитала или путем сохранения материальных активов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианов, В.Д. Инфляция: причины возникновения и методы ее регулирования / В.Д. Андрианов. – М.: Экономика, 2016. – 184 с.
2. Рассел, Джесси Инфляция / Джесси Рассел. – М.: Книга по Требованию, 2012. – 744 с.
3. Влияние инфляции на финансовое состояние и результаты деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// elib.psu.by](https://elib.psu.by). – Дата доступа: 04.05.2020.
4. Финансовые решения в условиях инфляции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru>. – Дата доступа: 04.05.2020.

УДК 338.33

РИСКИ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Д.А. Роман, студент группы 10508116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И.Г. Разумовская*

Резюме – В данной статье приведена характеристика основных рисков продвижения бизнеса в социальных сетях. Даны рекомендации по управлению рисками, сопряженными с построением и реализацией маркетинговой стратегии на социальных платформах.

Summary – In this article description of the main risks connected with business promotion in social networks is given. Ways of managing the risks of building and implementation of marketing strategy is described.

Введение. В настоящее время наблюдается значительный рост популярности социальных сетей. С каждым годом аудитория пользователей социальных платформ становится разнообразнее и охватывает практически каждый пласт населения. Сейчас активными пользователями социальных сетей в различном соотношении являются представители всех возрастов и социальных статусов. Большая концентрация людей в онлайн-пространстве сделала привлекательным переход бизнеса в социальную сеть. В настоящий момент наблюдается смена фокуса руководителей бизнесов с развития корпоративного сайта или блога на развитие корпоративных аккаунтов в социальных сетях.

Привлекательность социальных сетей для развития бизнеса в современных условиях объясняется неограниченными возможностями прямого взаимодействия с конечным потребителем. В первую очередь главный плюс социальных платформ в том, что они подходят для абсолютно любо-