

*Экономические науки***МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
ФОРУМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ  
ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ  
ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОН**

Головинова Д.А.

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий (ИМСИТ), Краснодар,  
e-mail: darya-biryukova-91@mail.ru*

Россия сегодня находится в стадии завоевания позиций на мировом рынке. Основную долю ее экспорта составляют базовые товары, такие как сырье и энергоносители, хотя, присутствует и положительная динамика в продаже некоторых видов готовой продукции. Специфика мирового рынка заключается в том, что здесь преобладает неценовая конкуренция, а в качестве основных преимуществ выделяются: качество товара, ассортимент, улучшение потребительских свойств и т.п.

Глобализация мировой экономики, сопровождаемая ростом процессов глокализации, порождает новых международных бизнес-лидеров, обладающих значительными конкурентными преимуществами [5]. В этой связи повышение конкурентоспособности российской продукции на мировом рынке является сейчас приоритетной задачей, основная роль в этом вопросе отводится регионам.

В качестве стимула к развитию, правительство наделило субъекты экономической самостоятельностью, что повлекло за собой потребность вторых к саморазвитию и выбору эффективной экономической структуры, способной не только обеспечить надежное положение на рынке, но и привлечь инвестиции для развития отраслей свободных для предпринимательства [3,4].

В качестве основных инструментов привлечения инвестиций в регион можно считать: формирование благоприятного инвестиционного климата, формирование инвестиционных площадок, административное сопровождение соглашений. Однако, все эти меры малоэффективны без применения технологий эффективного продвижения готовых инвестиционных проектов, на сегодняшний день одним из самых широко используемых инструментов продвижения таких проектов, являются региональные инвестиционные форумы. Россия уже давно подключилась к их формированию и, более того, стала одним из самых активных операторов в данном направлении.

Большинство регионов уже проводят форумы на своей территории, многие из них стали ежегодными, а некоторые получили статус международных. По рейтингу, составленному интернет изданием «Капитал страны», тройку лидеров образуют: ПМЭФ – Петербургский международный экономический форум, Между-

народный инвестиционный форум Сочи, Краснодарский экономический форум [2].

В рамках форума инвестор имеет возможность рассмотреть предложение не только на бумаге, в расчетах и диаграммах, но и проследовать к непосредственному месту его реализации, что, зачастую, положительно влияет на принятие решения.

Помимо того, что форум – это открытая, адаптированная к инвестиционным площадкам, форма диалога, это еще и дополнительная возможность развития имиджа региона на российской и мировой арене. Выполняя как минимум две важнейшие функции, форумы, как инструмент привлечения инвестиций зарекомендовали себя с положительной стороны. К примеру, рассмотрев в динамике деятельность ежегодного международного инвестиционного форума Сочи, можно увидеть, что в период с 2004 по 2013 сумма подписанных соглашений увеличилась с 800 млн.долл в 2004 году до 10,5 млрд долларов в 2013 [1, 6]. На протяжении этого периода были определенного рода взлеты и падения, но в целом, форум показал себя как один из крупнейших источников поступления инвестиций в Краснодарский край.

В данный период уже почти каждый регион считает «делом чести» создание своего собственного регионального форума. Среди управленцев есть взвешенное отношение к форумам, например мнение вице-губернатора Калужской области М.Л. Шерейкина – «форумы сами по себе ничего не могут дать региону, но как элемент общей системы работы с производителями и инвесторами они себя вполне оправдывают и обеспечивают ощутимый эффект» [7].

**РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ  
БИЗНЕСЕ**

Знаменская Е.А.

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий (ИМСИТ), Краснодар,  
e-mail: katayafa@yandex.ua*

На сегодняшний день информационные технологии плотно вошли во все сферы нашей жизни. Программное обеспечение и информационные технологии стали частью большого количества продуктов и услуг. Информационные технологии широко применяются в бизнесе, изменив процесс производства, продвижения и реализации различных материальных и нематериальных благ. Существует множество программных продуктов для оптимизации бизнес-процессов, повышения контроля над потоками документов, для ведения внутренней документации. Благодаря информационным технологиям стало возможным обмениваться информацией на больших расстояниях и заниматься бизнесом

в разных странах [5, С. 3]. Информационные технологии дают возможность неограниченного расширения бизнеса, а так же позволяют автоматизировать процесс управления в целом. Информационные технологии существенно сокращают время на проведение транзакций, сбор и обработку информации, также внедрение ИТ в бизнес позволяет наиболее рационально использовать производственные ресурсы. Сегодня благодаря ИТ-системам привычные товары становятся интерактивными. Что касается новых технологий, то они могут упростить жизнь практически во всех сферах деятельности человека [3, С. 177].

Принимая во внимание то, что Россия в настоящее время завоёвывает свои позиции на мировом рынке, необходимость внедрения новых технологий в процесс управления и производства является основным для укрепления позиций на международном рынке. Поскольку страны с развитой рыночной экономикой в настоящее время все больше в достижении высокой эффективности используют факторы «новой экономики» (бренды, гудвил, сетевые технологии, нетрадиционный маркетинг и т.д.) целесообразно создать соответствующую инфраструктуру и формировать среду для внедрения в деятельность большинства российских компаний этих инструментов [2, С. 118]. По мнению авторов «основная задача фирм – быть готовыми к любым возможным изменениям и построить свою работу так, чтобы конечные результаты их работы минимально зависели от локальных колебаний спроса» [1, С. 8].

Конкуренция и конкурентная борьба являются главным содержанием функционирования международного бизнеса, который базируется на рыночных механизмах. Современный мировой рынок представляет собой сложную систему, которая изменяется под воздействием спроса и предложения товаров и услуг. На эти процессы оказывают влияние возникновение новых потребностей, новые технологии, новые организационные формы сотрудничества, новые методы конкуренции. Благодаря международной конкуренции и её постоянному развитию, усиливается поиск новых способов развития конкурентоспособности продукта, а также поиск новых рынков сбыта. Информационные технологии и НТП ускорили развитие конкуренции и придали ей качественно новый характер.

Так как конкуренция на международном рынке очень велика, компаниям сложнее удерживать свои позиции на международном рынке. Зачастую в конкурентной борьбе тот кто обладает информацией, тот и побеждает. Информация в международном бизнесе имеет большое значение, так как компания, обладающая информацией о конъюнктуре рынка, следящая за действиями конкурентов, за стратегиями продвижения на рынки, за ценовой политикой имеют пре-

имущество перед конкурентами. Информационные технологии дают массу возможностей для компаний продвигать свои продукты на рынок, опережая конкурентов. Информационные технологии открывают перед компаниями, работающими на международных рынках массу как коммуникационных решений, так и решений для оптимизации бизнеса. В настоящее время остро стоит проблема совершенствование кадрового потенциала, для достижения целей перспективного развития компаний, работающих во всех сферах бизнеса. Как отмечают авторы «экономическая эффективность организации напрямую зависит от качества обслуживания, которое определяется уровнем профессиональной компетентности, квалифицированности персонала» [4, С. 104]. Внедрение компаниями информационных систем, позволяющих контролировать уровень подготовки персонала, позволит повысить качество товаров и услуг, тем самым увеличивая конкурентоспособность компании, как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Учитывая то, что в настоящее время информационные технологии востребованы, и с течением времени будут востребованы ещё больше, компаниям необходимо внедрять ИТ-решения не только в процесс управления бизнесом, но и в продукты и услуги. Это необходимо для того что бы удержать своим конкурентные позиции на рынке.

#### Список литературы

1. Климовец О.В., Фандий К.В. Концептуальные основы совершенствования кадрового потенциала индустрии туризма и гостеприимства // Вопросы новой экономики. – 2013. – № 3 (27). – С. 40-46.
2. Климовец О.В. ТНК России // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – № 5. – С. 118-119.
3. Климовец О.В., Шеховцов Н.Н. Международный опыт развития государственно-частного партнерства // Экономические науки. – 2013. – № 101. – С.175-178.
4. Климовец О.В., Фандий К.В. Формирование управленческой стратегии в сфере российского туризма и гостеприимства // Экономические науки. – 2013. – № 102. – С.104-108.
5. «Многослойное представление информации (дополненная реальность)». Высшая школа маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ по заказу ОАО «Российская Венчурная компания», Нишевой обзор рынка. – Декабрь – 2012 г.

#### СРЕДНИЙ КЛАСС В РОССИИ: КРИТЕРИИ ОТНЕСЕНИЯ

<sup>1</sup>Молочников Н.Р., <sup>2</sup>Крюченко Н.Н

<sup>1</sup>Кубанский государственный университет,  
Краснодар, e-mail: mnr001@mail.ru;

<sup>2</sup>ФГБОУ ВПО «Государственный морской университет им. адмирала Ф.Ф. Ушакова»,  
Новороссийск, e-mail: gazetagel@mail.ru

Несмотря на то, что вопрос о критериях принадлежности к среднему классу остается дискуссионным и открытым, а также неоднозначным остается и применимость критериев к российским реалиям, попытаемся сформулировать критерии отнесения к среднему классу.