

ной совокупный объем запасов БРИКС – 100 млрд долл, т.е. в 3 раза меньше, чем у МВФ. Однако стран, претендующих на средства БРИКС, всего пять, что в 37 раз меньше, чем в составе Фонда.

В заключение хотелось бы сделать *вывод*, что, хотя Россия показала свою способность обходиться без кредитов МВФ и своевременно расплачиваться по его долгам, мнение Фонда в оценке инвестиционных перспектив России на мировых рынках продолжает оставаться исключительно важным.

Список литературы:

1. The IMF at a Glance [Електронний ресурс] // International Monetary Fund. URL: <http://www.imf.org/external/about.htm> (дата обращения: 28.04.2016).
2. Russian Federation: Transactions with the Fund from May 01, 1984 to March 31, 2016 [Електронний ресурс] // International Monetary Fund. URL: http://www.imf.org/external/np/fin/tad/extransl.aspx?memberKey1=819&endDate=2016-04-30&finposition_flag=YES (дата обращения: 28.04.2016).
3. Россия может выйти из МВФ [Електронний ресурс] // NoNaMe, 2015. URL: <http://nnm.me/blogs/genav/rossiya-mozhet-vyyti-iz-mvf/> (дата обращения: 03.04.2016).

Маслий Н.Д.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и моделирования рыночных отношений

Сургай Е.В.

студентка 3 курса, направление подготовки «Финансы и кредит»

*Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова
г. Одесса, Украина*

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ МИРОВОГО РЫНКА

Развитие мировой торговли привело к возникновению мирового рынка товаров, который представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом национальных рынков отдельных стран. Особенностью современной мировой торговли с точки зрения ее географии является увеличение взаимной торговли между развитыми странами – большая часть мирового товарооборота – это торговля между США, Западной Европой и Японией.

Вследствие развития международных отношений в области торговли, которые обусловлены ежегодным усилением интеграционных процессов, создаются международные торговые организации, которые координируют и объединяют усилия государств в той или иной отрасли производства.

Создание международных организаций (Всемирная торговая организация, Генеральное соглашение по торговле услугами и др.) способствует обмену товарами между странами, а в следствии, усилению конкуренции в сфере производства и увеличение борьбы за лидерство на мировом рынке. Каждое предприятие, которое производит продукцию на экспорт, должно учитывать ряд факторов, которые будут способствовать расширению потребления товара, повышению его популярности и качества. Товар, который будет представлен на мировом рынке, должен удовлетворять различным потребительским требованиям.

Исследованию конкурентоспособности товаров на мировом рынке посвящены труды таких отечественных ученых как Фролова Т.А., Ефимова Е.Г., Кудряшова И.А., Копейн В.В., Семенов К.А, А.П. Румянцев. Однако недостаточно изученными являются факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции в условиях международной торговли, что и является целью исследования.

Понятие конкурентоспособности товара – это очень важный критерий, характеризующий возможность предприятия существовать на рынке. Также это полнота удовлетворения совокупных требований рынка к продукции, обеспечивающая получение определенной нормы прибыли [1].

Для появления и жизнеспособности товара на мировом рынке, он должен пройти жесткий отбор, который обусловлен высокими требованиями к цене, качеству и другим показателям.

Анализ научной литературы [1-5] позволяет выделить ряд важнейших факторов, которые могут существенно повысить или понизить спрос на определенную продукцию в масштабе мирового рынка товаров, а именно:

1. *Качество (соответствие мировым стандартам)*

Определяющую роль в формировании и оценке конкурентоспособности продукции играет ее качество. Оно определяется как совокупность свойств, отражающих уровень новизны, надежность и долговечность, экономичность, эргономические, эстетические, экологические и другие потребительские свойства продукции, придающая ей способность удовлетворять обуславливаемые или предполагаемые потребности в системе производственных отношений[2]. Также качество продукции определяется наличием транснациональных знаков качества и соответствия. Они применяются в странах определенного региона на основе согласованных стандартов и взаимного признания результатов сертификации (табл. 1) [3].

Таблица 1

Знаки качества и соответствия товаров государственным стандартам на примере некоторых стран

	Знак, наносимый на <u>изделие</u>, который удостоверяет, что изделие соответствует основным требованиям <u>директив ЕС</u> и гармонизированным стандартам <u>Европейского союза</u>, а также то, что продукт прошёл процедуру оценки соответствия директивам.
	Знак соответствия продукции Российскому ГОСТу, иногда называют "знак Ростест" или рст. Наносится на продукцию, подлежащую обязательной сертификации
	"Japan Industrial Standards" - Японские промышленные стандарты. Подтверждает соответствие набору требований, используемых в промышленности Японии.
	"Deutsches Institut fuer Normung" - это ведущая немецкая национальная организация по стандартизации и представляет интересы Германии в этой области на международном уровне.
	УкрСЕРПО – знак качества Украины, который свидетельствует о соответствии товара государственным стандартам.

Однако стандартизированный товар, не всегда является достаточно востребованным в определенной экономической ситуации. В трудном экономическом положении потребитель, как правило, выбирает более дешевую продукцию. Поэтому наряду с качеством выступает фактор востребованности товара.

2. Востребованность

На современном этапе развития мировой торговли наиболее востребованные товары приведены в табл. 2, однако они используются для крупномасштабного производства.

Таблица 2

Наиболее востребованные товары на мировом рынке

Товар	Страна-производитель
№ 1. Сырая нефть	Саудовская Аравия, Россия, США, КНР, Иран, Ирак, Кувейт
№ 2. Кофе	Мексика, Бразилия, Гватемала, Колумбия, Сальвадор, Никарагуа, Коста-Рика, Ямайка, Венесуэла, Эквадор, Перу
№ 3. Природный газ	США, Россия, Катар, Иран, Канада
№ 4. Золото	КНР, ЮАР, США, Австралия, Перу
№ 5. Медь	Чили, КНР, Перу, США, Австралия Россия
№ 6. Серебро	Перу, Чили, Австралия, Польша, Китай, Мексика, США
№ 7. Сахар	Бразилия, Индия, Таиланд, Китай
№ 8. Кукуруза	США, КНР, Бразилия, Аргентина, Украина, Индия
№ 9. Пшеница	США, Евросоюз, Канада, Австралия, Россия, Украина, Казахстан
№ 10. Хлопок	Китай, Индия, США, Пакистан, Бразилия, Узбекистан

Однако если рассматривать мировой рынок со стороны обычного потребителя в условиях кризисных явлений, то рейтинг наиболее востребованных товаров и услуг выглядит иначе, так как в сложных экономических условиях покупательская способность большей части населения существенно снижается (табл.3).

Таким образом, потребитель предпочитает тратить заработанные средства на самые необходимые товары. Однако и в этой ситуации, потребности меняются в связи с развитием технического прогресса.

3. Новизна

В современном обществе новизна имеет самостоятельную коммерческую значимость. Понятие «новый» обособливается с удобством, современностью, модой и эффективностью. Потребитель желает получить товар, сэкономив при этом на товарах первой необходимости, даже в условиях кризиса. Для производителя, новизна – это возможность приобретения нового, более качественного и эффективного оборудования, которое позволит оптимизировать производство и сократить издержки.

4. Цена

Важнейшим экономическим критерием конкурентоспособности товаров является цена. Довольно часто индивидуальный потребитель связывает цену реализации с основополагающей характеристикой товара - качеством. У многих потребителей высокие цены ассоциируются с качественной продукцией. Однако это не всегда правильно, так как цена реализации определяется

Предпосылки возникновения спроса на товар

Товар	Предпосылки
Продукты питания	Когда человек испытывает финансовые трудности, он покупает только товары первой необходимости. Первое место в этом списке занимают продукты питания. Их раскупают в любых экономических условиях.
Образовательные курсы	Во время экономического кризиса цены на обучение резко поднимаются, поэтому далеко не каждый человек может позволить себе платить за обучение в престижном вузе. В такой ситуации различные обучающие курсы начинают пользоваться огромной популярностью.
Одежда и Аксессуары	После продуктов питания в списке может занять свое место одежда. Поскольку многие люди стремятся хорошо выглядеть в любой ситуации, спрос на такой товар никогда не падает.
Медикаменты	Когда человек болеет, он не экономит деньги на покупке лекарств, поэтому медикаменты можно причислить к самым продаваемым товарам в кризис.
Средства личной гигиены	Уровень продаж такой продукции незначительно падает в кризис, поскольку потребители покупают более дешевую продукцию.
Автозапчасти	Поскольку во время финансовой нестабильности цены на автомобили стремительно поднимаются, продажи запчастей начинают расти. Люди не могут позволить себе приобрести новую машину, поэтому им приходится тратить деньги на ремонт старого транспортного средства.
Алкоголь	Когда человек попадает в стрессовую ситуацию, он старается найти способ, чтобы получить разрядку и немного расслабиться. От нерадостной реальности многие отвлекаются с помощью алкоголя.
Секонд-хенд	Торговля дешевой одеждой является одним из самых рентабельных видов предпринимательской деятельности в кризисный период, так как большая часть людей не способна покупать новую дорогостоящую одежду.

следующими факторами: закупочной ценой, транспортными расходами, затратами на хранение, издержками обращения, торговыми наценками и т. п.[4] Если цена будет слишком высокой, а товар будет не соответствовать стандартам, то спрос на товар постепенно будет падать. Поэтому основной задачей предприятий является рациональное применение логистических методов для сокращения расходов, связанных не только с производством, но и с доведением товара до потребителя.

Исследование показывает, что при осуществлении экспортных операций, нужно учитывать ряд факторов, которые влияют на конкурентоспособность товаров на мировом рынке. Такими факторами являются: качество, цена (экономика издержек), востребованность (потребность рынка в определенном товаре в определенный период времени), новизна (внедрение новых технологий, реакция на изменение требований мировой торговли).

Таким образом, с целью повышения конкурентоспособности товаров предприятия должны не только стремиться к достижению национальных и мировых стандартов, но и проводить комплексную проверку своей продукции.

Дальнейшего исследования требуют методы системной оценки конкурентоспособности продукта, поставляемого на мировой рынок.

Список литературы:

1. Анищенко Ю. А., Коршунова А.М., Швалов П.Г. Качество продукции как основа конкурентоспособности предприятия/ Ю.А. Анищенко, А.М. Коршунова, П.Г. Швалов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://science-bsea.narod.ru/2007/ekonom_2007_2/anishenko_kach.htm.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010.
3. Стандарты и знаки соответствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.artpatch.ru/zn_soot.html.
4. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник. – М.: Дашков и К°, 2012. – 412 с.
5. Али А. Повышение конкурентоспособности продукции на предприятии // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 69-75.



Демянчук М.А.

кандидат экономических наук, ст. преподаватель кафедры экономики и моделирования рыночных отношений

Арнаут Е.А.

студентка 2 курса направления подготовки «Финансы и кредит»

Селезнёва А. М.

студентка 2 курса направления подготовки «Финансы и кредит»

*Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова
г. Одесса, Украина*

КРИПТОВАЛЮТА BITCOIN КАК НОУ-ХАУ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современные условия информационной экономики обуславливают необходимость в разработке принципиально новых подходов к функционированию валютной системы, в особенности электронных расчетов.

На данный момент являются весьма значимыми и перспективными вопросы валютной системы, её направленность и формы, которые могут принять безналичные расчеты на мировом уровне. Например, обновление системы путем проведения расчетов с помощью «криптовалют», в частности bitcoin. Первые предложения по использованию данной цифровой валюты были описаны Вэй Даем, Ником Сабо, более значительный вклад в этот вопрос был сделан Сатоши Накамато и Гэвином Андресеном. Учитывая стремительное развитие информационного общества, а также тенденции развития современной валютной системы, способы её обновления и альтернативы, не исключено, что электронные расчеты со временем заменят наличные расчеты.

Поэтому целью работы является исследование перспектив развития цифровой валюты bitcoin, оценка ее возможности конкуренции с другими валютами на мировом рынке.

Цифровая валюта (криптовалюта) Bitcoin – это первая в мире децентрализованная валюта, которая принципиально отличается от всех ранее созданных электронных валют и платёжных систем. Она не привязана ни к каким физическим активам или “официальным” валютам, а цена цифровой монеты – bitcoin – регулируется исключительно рыночным спросом и предложением. Главное ее отличие