Иваненко И.А., Якупова Э.Ф.

Рынки инвестиционных товаров и их инфраструктура

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Бакирский государственный университет»
(Россия, Стерлитамак)

doi: 10.18411/trnio-01-2022-90

Аннотация

В статье исследуются и раскрываются понятия инвестирования, инвестиционного рынка товаров, а также его структура и условия реализации в рыночной экономике.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный рынок, фондовая биржа, рынок инвестиционных товаров, рынок ценных бумаг, инвестор.

Abstract

The article examines and reveals the concepts of investment, the investment market for goods, as well as its structure and conditions for implementation in a market economy.

Keywords: investments, investment market, stock exchange, investment goods market, securities market, investor.

Сегодня среди экономистов нет единого мнения по поводу самого понятия «инвестиции». Вообще говоря, инвестиции - это средства, которые вкладываются в экономику, экономические объекты и проекты, призванные обеспечить производство экономическими ресурсами в будущем. Если рассматривать с точки зрения страны в целом, то инвестиции - это вложения в создание нового или замену изношенного производственного, человеческого или природного капитала.

Есть еще одно понятие для термина инвестиции - (нем. Investition, от лат.яз. одеваюсь), долгосрочные инвестиции в промышленность, сельское хозяйство, транспорт и другие секторы экономики как внутри страны, так и за рубежом с целью получения дохода. прибыль. (Большая Советская Энциклопедия).

Можно сказать, что инвестиции играют ключевую роль как на макроуровне, так и на микроуровне. Будущее страны в целом, отдельного экономического субъекта во многом зависит от них и является движущей силой развития экономики.

Основным признаком инвестирования считается использование активов не для текущего потребления и удовлетворения личных потребностей и желаний владельцев средств, а для приобретения дополнительных активов, которые могут принести прибыль в будущем. Инвестиции стимулируют рост капитала, то есть способны приносить доход.

В системе воспроизводства инвестиции играют решающую роль в процессе увеличения и обновления производственных ресурсов, а, следовательно, в обеспечении установленных темпов роста экономики. Если рассматривать общественное воспроизводство как систему распределения, производства, потребления и обмена, то инвестиции, прежде всего, относятся к производству и составляют материальную основу его развития.

Сам термин «инвестиции» подразумевает капитальные вложения в секторы экономики в данной стране и за рубежом. В понятие инвестиционных ресурсов входят все производимые производственные активы, то есть все виды инструментов, оборудования, машин, складов, фабрик, транспортных средств и торговой сети, которые используются при производстве товаров и услуг и их транспортировке до конечного потребителя. Средства производства (инвестиционные товары) отличаются от товаров народного потребления тем, что последние удовлетворяют потребности напрямую, а первые - косвенно, обеспечивая производство товаров народного потребления. Подытоживая, из сказанного следует, что вложение - это капитал, с помощью которого приумножается национальное богатство.

В зарубежной экономической литературе преобладают два мнения в понимании сущности инвестиционного рынка. Первая - это так называемая европейская модель,

согласно которой инвестиционный рынок отождествляется с финансовым рынком в самом широком смысле этого слова. Вторая - американская модель, где инвестиционный рынок отождествляется с понятием рынка ценных бумаг (фондового рынка). Это связано с тем, что основной формой инвестирования в экономически развитых странах являются вложения в ценные бумаги - акции и облигации. При всех различиях эти подходы имеют одну общую, но чрезвычайно важную особенность: характерной чертой инвестиционного рынка в этих интерпретациях становится преобладающий механизм притока капитала или преобладающее направление и форма инвестиционной деятельности.

Инвестиционная деятельность напрямую связана с инвестиционным рынком, его конъюнктурой и развитием. Разнообразная инвестиционная инфраструктура инвестиционного рынка делает его сложной системой, имеющей в своем обороте механизмы, обеспечивающие спрос абсолютно всех инвесторов.

На практике имеют место рынок инвестиций (капитала) и рынок инвестиционных товаров (РИТ). Инвестиционные рынки (биржевые вложения) характеризуют их предложение со стороны инвесторов (продавцов) и инвестиционный спрос (потенциальные покупатели). Куп процесс - осуществляется ли продажа инвестиций на рынке на основании расчета дохода (прибыли) в будущем, который выше уровня дохода на данный момент.

При продаже инвестиций (продаже инвестиционного капитала) на рынке они выступили против совокупности инвестиционных товаров (проектов капитальных вложений). Поскольку эти изделия конструктивно разнородны, то они разделяют способность приносить в будущее движение в виде прибыли. Рынок инвестиционных продуктов - это процесс обмена объектами инвестиций с целью получения доходов - да (товаров) в перспективе. Объекты вложений в материнскую - материально-материальную форму составные элементы капитала *im* - существуют (основной капитал).

Инвестиционные товары на РИТ могут продаваться в различных формах.

1. Рынок недвижимости (предприятия, объекты приватизации, объекты незавершенного строительства, земельные участки).
2. Рынок капитальных товаров (стройматериалы, связь и связь, компьютерная и оргтехника, различное производственное оборудование);
3. Рынок инновационных инвестиций (нематериальные активы, такие как товарные знаки, ноу-хау, лицензии на право использования, патенты);
4. Рынок других объектов реального инвестирования (Прочие товары для использования в качестве реальных вложений в активы предприятий. На этом рынке есть такая составляющая, как рынок золота - проведение различных операций на этом рынке связано с сохранностью золота как средства для создания резервов свободных денег);
5. Рынок услуг в сфере реального инвестирования (разработка бизнес-планов, рабочих проектов, выполнение работ);
6. Рынок ценных бумаг (Биржевые инструменты, выпускаемые предприятиями, государством. Рынок, наиболее подходящий для инвестиционного инжиниринга, то есть разработки новых способов проведения операций с инвестициями.);
7. Рынок инструментов денежного инвестирования (наличные вклады, иностранная валюта);
8. Рынок услуг в области финансового инвестирования (посреднические услуги, регистрация и хранение ценных бумаг и др.).

На инвестиционном рынке существует множество различных участников, функции которых определяются целями их деятельности и степенью участия в совершении отдельных сделок. Состав основных участников инвестиционного рынка дифференцирован в зависимости от форм сделок, которые подразделяются на прямые и косвенные.

Принимая во внимание основные формы заключения сделок на инвестиционном рынке, его основные участники делятся на две группы:

- 1) продавцы и покупатели инвестиционных товаров, инструментов и услуг;
- 2) инвестиционные (финансовые) посредники.

Инвестиционные посредники классифицируются по типам:

Посредники исключительно для брокерской деятельности обязательно должны иметь лицензию на свою деятельность. Они обязаны оказывать помощь как покупателям, так и продавцам. (финансовые брокеры, валютные брокеры и т. д.)

Посредники, осуществляющие дилерскую деятельность, занимаются покупкой и продажей инвестиций за свой счет и от своего имени. Их прибыль исходит от разницы в ценах. В целом в эту группу входят кредитно-финансовые учреждения: инвестиционные фонды, инвестиционные компании, коммерческие банки, пенсионные фонды и т.д. Посредники, выполняющие вспомогательные функции на рынке, представлены различными биржами, депозитариями, расчетно-клиринговыми центрами и т.д.

Основным фактором, определяющим масштабы функционирования рынка инвестиционных товаров, является совокупное предложение, которое порождает соответствующий спрос на инвестиционные товары. Однако инвестиционный спрос и предложение равны только в масштабах рынка в целом. Индивидуальный (специфический) спрос и предложение в отдельных его сегментах могут не совпадать. Дисбаланс, возникающий на рынке инвестиционных товаров, регулируется колебаниями цен на излишки или дефицит товаров. Инвестиционный спрос и предложение товаров уравниваются посредством механизма ценообразования, то есть системы равновесных цен на товары и капитал. Благодаря этой системе постоянно воспроизводятся макроэкономические пропорции в народном хозяйстве, включая такой важный элемент, как инвестиции - прирост основной собственности.

Инвестиционный рынок в современной рыночной экономике - один из важнейших секторов общего рынка. Это сложный механизм, объединяющий в себе огромное количество производственных, коммерческих, финансовых, институциональных и информационных структур, которые взаимодействуют между собой в инвестиционной сфере на основе разветвленной системы норм инвестиционного бизнеса.

Таким образом, инвестиционный рынок представляет собой сложную, многогранную, многоуровневую и многоуровневую систему экономических отношений между субъектами инвестиционной деятельности, возникающую при купле-продаже инвестиционного капитала (инвестиционных ресурсов), а также инвестиционных товаров и услуг. В рамках этой сферы происходит формирование спроса и предложения на инвестиции, а также их цен, а экономические агенты преследуют цели финансового, материального, интеллектуального и других видов обеспечения потребностей процесса воспроизводства капитала с минимизацией затрат. понесенные и оптимизация срока окупаемости произведенного навесного оборудования.

Другими словами, инвестиционный рынок можно представить как взаимосвязь между совокупностью рынка инвестиционного капитала (инвестиционных ресурсов) и рынком инвестиционных товаров и услуг, которая осуществляется через инвестиционные институты или непосредственно его субъектами.

С точки зрения экономической категории инвестиционный рынок влияет на ряд стоимостных категорий, таких как деньги, доход, цена и т. Д. Цена спроса на инвестиционный продукт или услугу - это самая высокая цена, которую устанавливает владелец денег (ресурсов) как один из субъектов инвестиционного рынка. Он равен приведенной стоимости ожидаемого чистого дохода от использования приобретенных товаров или услуг. Переходя к определению инвестиционного рынка, можно отметить, что его теоретическое понятие во многом обобщенное, коллективное. Однако на практике

инвестиционный рынок представляет собой многоуровневую разветвленную систему взаимодействия различных рынков и их сегментов.

1. Бочаров, В.В. Инвестиции. – СПб.: Питер, 2005. // https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/bocharov-v-v-investitsii.pdf (дата обращения 25.11.2021)
2. Иванов, Г.И. Инвестиции: сущность, виды, механизмы функционирования. -Ростов н/Д: Феникс, 2007. // <https://search.rsl.ru/ru/record/01002555237> (дата обращения 28.11.2021)
3. Инвестиции: Терминологический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007.

Исина А.А.-к.

Цифровой маркетинг как фактор повышения экономической эффективности гостиниц

*Евразийский Национальный Университет им.Л.Н.Гумилева
(Казахстан, Нур-Султан)*

doi: 10.18411/trnio-01-2022-91

Научный руководитель: Балгабаева В.Т.

Аннотация

Цифровой маркетинг - это продвижение товаров или брендов через Интернет. В последние дни спрос на цифровой маркетинг в отелях становится все более высоким благодаря маркетингу в социальных сетях (SMM), который работает с сайтами социальных сетей, и поисковой оптимизацией (SEO), благодаря чему веб-сайт появляется в результатах поиска с рекламой в Google и онлайн-журналах от маркетинга в поисковых системах (SEM), видеомаркетинг через YouTube и веб-сайты - это разновидности цифрового маркетинга. Поиск отелей в Интернете с помощью компьютеров и мобильных устройств с помощью веб-сайтов отелей - это новая тенденция цифрового маркетинга, которая дает возможность улучшить местную поиск отелей путем предоставления необходимого контента, профилей пользователей, управления цитированием и в результатах поиска. Цель - изучить роль цифрового маркетинга в гостиничном бизнесе. Эта статья также направлена на определение того, какой тип цифрового маркетинга лучше всего подойдет для гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: поисковая оптимизация (SEO), маркетинг в поисковых системах (SEM), маркетинг в социальных сетях (SMM), видео маркетинг, система управления недвижимостью (PMS), глобальная система распределения (GDS), центральная система бронирования (CRS).

Abstract

Digital marketing is the promotion of products or brands via the Internet. In recent days, the demand for digital marketing in hotels has become increasingly high thanks to social media marketing (SMM), which works with social media sites, and search engine optimization (SEO), thanks to which a website appears in search results with ads in Google and online magazines from search engine marketing (SEM), video marketing via YouTube and websites are varieties of digital marketing. Searching for hotels on the internet using computers and mobile devices using hotel websites is a new digital marketing trend that makes it possible to improve local hotel search by providing the necessary content, user profiles, citation management and in search results. The goal is to study the role of digital marketing in the hotel business. This article also aims to determine which type of digital marketing is best suited for the hotel business.

Keywords: search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), social media marketing (SMM), video marketing, real estate management system (PMS), global distribution system (GDS), central booking system (CRS).