

ТЕОРИЯ «ДЛИННЫХ ВОЛН» Н.Д. КОНДРАТЬЕВА И ЭВОЛЮЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Солошенко В.О.

Шкода В.И. – старший преподаватель

Сегодня в мировой экономической науке с именем русского экономиста Н.Д. Кондратьева связывают такие понятия как "длинные волны Кондратьева" или "большие циклы конъюнктуры Кондратьева". Известно, что Кондратьев, благодаря обработке экономических показателей наиболее развитых капиталистических стран (США, Великобритании, Франции и Германии) за продолжительный промежуток времени - с конца XVIII в. по 20-е годы XX в. эмпирически установил существование циклов капиталистического производства. У каждого две фазы волны: повышательная и понижительная. Основной причиной таких циклов является появление новых технологий и производственных отраслей. Технологический уклад - совокупность связанных между собой технологий, характерных для определенного уровня развития производительных сил и качественно влияющих на производственные отношения. В связи с научно-техническим прогрессом происходит переход от более низких к более высоким технологическим укладам. При этом общество с запаздыванием реагирует на объективно необходимую смену укладов.

Н.Д. Кондратьев определил, что к началу 20-х годов XX века мировой капитализм пережил две с половиной длинные волны:

Первая волна – 1787 - 1851 гг. (Повышательная фаза - 1787-1817 гг. Понижительная - 1817-1851 гг.)

Вторая волна – 1851 - 1896 гг. (Повышательная фаза - 1851-1875 гг. Понижительная - 1875-1896 гг.)

Третья волна – 1896 - 1933 гг. (Повышательная фаза - 1896-1920 гг. Понижительная - 1920-1933 гг.)

Причиной повышательной фазы первой волны Н.Д. Кондратьев считал революцию в текстильной промышленности, первую промышленную революцию, которая вызвала бурное развитие машиностроения, большую потребность в производстве чугуна, что и вызвало развитие экономики. Причиной повышательной фазы второй волны Н.Д. Кондратьев считал строительство железных дорог, что вызвало освоение всех территорий, складывание национального и мирового рынков. Причина повышательной фазы третьей волны - изобретение двигателя внутреннего сгорания, электричества, радио, химии.

На протяжении всего исследуемого периода ученый выделил 4 эмпирические закономерности.

1. Перед началом повышательной волны каждого большого цикла или в самом начале наблюдаются значительные изменения в условиях хозяйственной жизни общества. Изменения выражаются в технических изобретениях и открытиях, в изменении условий денежного обращения. Они протекают неравномерно и наиболее интенсивно выражены перед началом повышательных волн больших циклов и в их начале.

2. Повышательные фазы богаче крупными социальными потрясениями (революции, войны), чем периоды понижительных волн.

3. Понижительные фазы сопровождаются длительной депрессией в сельском хозяйстве.

4. Большие циклы экономической конъюнктуры выявляются в том же едином процессе динамики экономического развития, в котором выявляются и средние циклы с их фазами подъема, кризиса и депрессии.

Современный голландский экономист Ван Дейк, продолжая анализ экономических колебаний, выделил 5 длинных волн, три из которых совпали с волнами Н.Д. Кондратьева. Четвертая волна - 1945-1973 гг. - вызвана новым этапом НТР, развитием физики (расщепление ядра), космонавтики и химии (синтетические материалы). Пятая волна началась в 80-е гг. XX века и продолжается сейчас. Ее зарождение связано с пятым технологическим укладом где ведущие отрасли составляют программное обеспечение, вычислительная техника, телекоммуникации, информационные услуги.

Сегодня мир замер в ожидании новой шестой волны. Приблизительный прогноз ее существования - 2018-2060 гг. Возможно, она будет основана на конвергенции нано, био, информационных и когнитивных технологий. Мы также придерживаемся данного варианта. Но предполагаем, что это также будет связано и с BIG DATA & Data Mining, что легко объясняется тем, что с развитием IT-индустрии количество источников данных стремительно растёт и технологии их обработки становятся остро необходимыми и востребованными. Big Data будет заниматься проектами, направленными на повышение эффективности процессов маркетинга и продаж, оптимизации производства, логистики, управления рисками, планирования, управления персоналом и другими рабочими процессами различных бизнесов. Уже сегодня Яндекс открыл Big Data сервис для бизнеса. Сборная Германии выиграла Чемпионат Мира по футболу благодаря Big Data. Big Data начала завоевывать мир и должна стать в будущем одной из главных технологий

Список использованных источников:

1. Беляцкая Т.Н. Концепция электронной экономики.//Электронная экономика:теория,модели,технологии. Под общей редакцией Т.Н.Беляцкой ,Л,П.Князевой.-Минск:БГУИР,2016-С.5-10.
2. Глазьев С.Ю.Современная теория длинных волн в развитии экономики.//Экономическая наука современной России.-2012,№2.С.8-27.

ТОЧКИ КОНТАКТА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН БИЗНЕСА

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Каравай Е.А.

Архипова Л.И. – к.э.н., доцент

Точки контакта — это многочисленные и разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией. Каждый раз, когда клиент любым способом, в любое время контактирует с компанией, возникает точка контакта. [1].

В точке контакта клиенты принимают критически важные решения:

- начинать работать с компанией или нет;
- продолжать сотрудничать или переключиться на конкурентов.

Точки контакта - это сильно недооцененный актив маркетинга. Однако необходимо отметить, что маркетинг стоит начинать именно с точек контакта, по следующим причинам:

1. Применить – просто.
2. Охват – полный.
3. Подход – системный.
4. Эффект – быстрый.
5. Сама технология - безбюджетна

Работая с точками контакта, мы улучшаем бизнес результаты и бизнес в целом. Точки контакта – это основа эффективной маркетинговой стратегии. Таких точек огромное количество: телефонный разговор, коммерческое предложение, офис, почта, сайт, сотрудники, визитные карточки, договор, счет, уведомление заказчика о ходе работы над проектом.

Так как же работать с точками контакта, чтобы не запутаться в таком их многообразии? С точками контакта стоит работать пошагово.

На рисунке 1 приведен пошаговый алгоритм проведения работы с точками контакта.

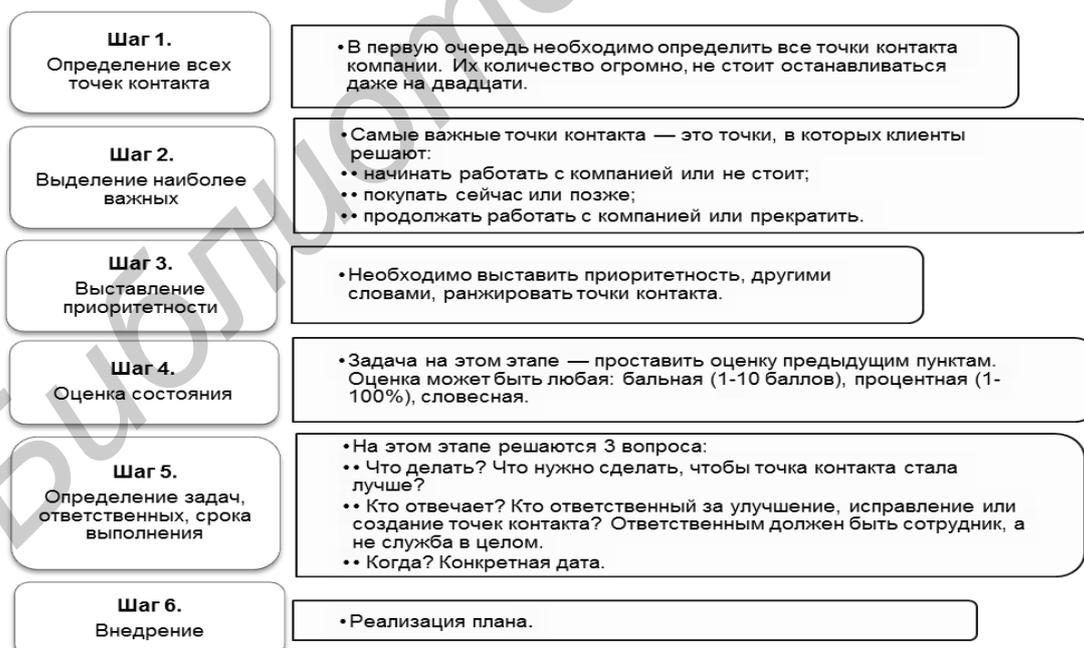


Рис. 1 – Алгоритм проведения работы с точками контакта

Точки контакта с клиентом - это неотъемлемая часть бизнеса, даже если не думать о них, они всё равно существуют и влияют на объем продаж и финансовые результаты деятельности компании. Причём, их нужно рассматривать не как одну конкретную составляющую, а как цепочку взаимодействий, которая в результате приводит к продаже.