

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Гжельский государственный университет»
(ГГУ)

**МАТЕРИАЛЫ
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»
(29 марта 2017 г.)**

Гжель
ГГУ
2017

Председатель редакционного совета:

Б. В. Илькевич, ректор ГГУ, доктор педагогических наук, профессор,
Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации.

Члены редакционного совета:

И. А. Фарафонтова, проректор по учебной работе ГГУ, кандидат психологических наук;

Н. В. Осипова, заведующая научно-исследовательским отделом ГГУ,
кандидат филологических наук, доцент;

З. Ф. Байгильдина, декан факультета экономики и управления ГГУ, кандидат философских наук;

В. В. Блекус, заведующий кафедрой экономики и финансов ГГУ,
кандидат экономических наук, доцент.

М34 **Материалы международной научно-практической конференции обучающихся «Актуальные проблемы экономики и управления: теория и практика» (29 марта 2017 г.) [Электронный ресурс]: сборник научных статей. – Гжель: ГГУ, 2017. – 155 с. // ГГУ: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.art-gzhel.ru/>**

В настоящее научное издание вошли материалы международной научно-практической конференции обучающихся «Актуальные проблемы экономики и управления: теория и практика», состоявшейся в Гжельском государственном университете 29 марта 2017 г., представленные обучающимися ГГУ, вузов России, Белоруссии, Казахстана.

В рамках конференции работали секции: «Актуальные проблемы управления», «Актуальные проблемы экономики».

Содержание

Адамович Г. С., Андрейковец Ю. П. Интернационализация современных международных отношений как основа эффективной экономики.....	6
Алякринская В. А. Проблема импортозамещения в современной России.....	9
Афанасенко С. В. Современные технологии в маркетинге – – атмосферомаркетинг.....	11
Афанасьев А. А. Применение маркетинговых технологий управления, обеспечивающих реализацию стратегических задач организации.....	14
Белюсева А. И. Развитие транзитного потенциала стран ЕАЭС: Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан.....	17
Бородина А. И. Методология управления денежными потоками корпорации.....	19
Воробьева Ю. В. Использование CRM-технологий для повышения эффективности стратегического управления предприятием.....	22
Герасимов А. Г. Проблемы муниципального управления малым бизнесом в России.....	25
Гойлик В. Г., Жук Е. С. Анализ наличного денежного оборота в Республике Беларусь.....	27
Гридина Ю. А. Комплекс маркетинга в банке.....	30
Грошева А. Институт президентства в Российской Федерации.....	32
Денисова В. Управление земельными ресурсами муниципального образования.....	35
Дорош И. А. Маркетинговые интернет-технологии как платформа развития малого бизнеса в Республике Беларусь.....	39
Дубовицкая Л. Ж. Эффективное управление денежными потоками как главный фактор успешного развития предприятия.....	41
Дурьева А. Н. Проблемы дифференциации доходов российского населения.....	47
Егорова У. Молодежная безработица в России.....	49
Екименко Е. Н. Франчайзинг как особая форма организации и функционирования бизнеса.....	52
Еременко С. А. Проблемы становления инновационной экономики в современной России.....	55
Каравай Е. А. Точки контакта как фактор эффективности онлайн и оффлайн-бизнеса.....	58
Карибаева Ш. Б. Возможности и трудности туристского бизнеса в Республике Казахстан.....	60
Корзун К. А. Стратегические направления повышения эффективности предприятий хлебопекарной промышленности.....	63
Круглова А. В. Особенности распределения рисков в проектах государственно-частного партнерства.....	65
Курута А. В. Оценка экономической эффективности результатов интеграции стран СНГ.....	68
Луцышина А. Проблема регулирования свободного времени молодежи и организация досуга в культурных учреждениях.....	71
Мейрембаева Д. Ж. Некоторые тенденции деятельности БВУ Казахстана в условиях дедолларизации экономики.....	73

Мельникова Т. Н. Эколого-экономическая эффективность адаптивно-ландшафтного земледелия	76
Новикова Л. С. Государственная поддержка по внедрению и использованию наилучших доступных технологий	79
Нурлиева К. Р. Страновые модели корпоративной социальной ответственности ..	82
Нуркен Н. М. Социально-экономические проблемы развития сельских территорий	84
Огородников К. И. Эффективная государственная поддержка производства биодизеля в условиях Самарской области	87
Оленичева Я. В. Инновационная активность отечественных предприятий в контексте экономической политики России	90
Павлович В. А., Козелков А. Б. Перспективы развития государственно-частного партнерства в Республике Беларусь	93
Пархоменко И. А. Конкурентоспособность как один из факторов обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий в ЛНР	96
Раевская С. М. Профессиональная востребованность на российском рынке труда – текущие тенденции и грядущие перспективы	100
Рихмайер Е. А. Подходы к анализу и оценке конкурентоспособности торговых домов	101
Ромашкова И. А. Оценка основных экономических показателей, влияющих на экономическую политику России	104
Россинская А. А. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия розничной торговли	107
Савельева А. И. Анализ финансового состояния АО РСК «МиГ»	110
Сармин В. А. Голландская болезнь – угроза или реальность для российской экономики	113
Сафонов А. И. Задача снижения зависимости российской экономики от сырьевого экспорта	116
Серикова С. С. Современные вопросы эффективности бюджетного планирования	119
Скрундь С. С. Бережливое производство как инновационная форма управления на предприятиях газоснабжающей отрасли	122
Стекачев Н. Ю. Анализ конкурентных преимуществ деятельности предприятия	125
Степуленок Д. А. Рекомендации по совершенствованию логистической деятельности на предприятиях нефтехимической отрасли Республики Беларусь ..	127
Сусиков И. С. Оценка и управление конкурентоспособностью субъекта хозяйствования в условиях рынка	130
Третьякова Е. О. Проблемы железнодорожного транспорта в России	133
Улаев П. А. Особенности использования агрострахования с государственной поддержкой при выращивании подсолнечника на примере ООО «Кураповское»	135
Ургалкин А. Э. Повышение эффективности возделывания озимой пшеницы в условиях ООО Агрофирма «Белозерки»	138
Филимонова И. Ф. Пути эффективного развития гостиничного бизнеса Казахстана	141

Хачатурова А. Э. Формирование информации о затратах и результатах научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ в системе бухгалтерского учета.....	145
Хоривандова М. Е. Модели контроля уровня запасов на предприятиях оптовой торговли.....	148
Шаймерденов Т. С. Инновации в системе бронирования для развития туризма в РК на примере системы бронирования «AMADEUS».....	151
Шулика А. С. Актуальные проблемы туристического бизнеса в городе Сергиев Посад.....	154

Г. С. Адамович, Ю. П. Андрейковец

*Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, Республика Беларусь,
г. Гродно*

Научный руководитель: М. Е. Карпицкая

Интернационализация современных международных отношений как основа эффективной экономики

В условиях влияния глобализационных процессов на функционирование национальных экономик стран важным является учет всех факторов развития современных международных отношений. Однако сегодня сложно найти общий подход ученых экономистов по определению четких функций всех субъектов этих отношений. Существенное влияние на международные отношения оказывает национальный фактор. В каждой стране имеются свои приоритеты социально-экономического развития. Во многом отмечается совпадение по основным макропараметрам развития стран. Все в большей степени развитие экономики на международном уровне сводится к интеграционным процессам.

Рассмотрим основных участников международных отношений. В первую очередь надо выделить государство. Субъектами международных отношений являются международные организации, социальные институты, группы и индивиды. Наиболее важными субъектами в современных условиях становятся международные организации, которые могут быть как межгосударственными (межправительственными), так и неправительственными. Межгосударственные организации, являясь стабильными объединениями государств, обладают определенной согласованной компетенцией и постоянными органами. Неправительственные организации имеют более сложную структуру, чем межгосударственные. Могут быть неправительственными, а могут иметь смешанный характер, т.е. включать правительственные структуры, общественные организации и индивидуальных членов.

Однако следует отметить, что особенностью международных отношений является отсутствие в них единого центрального ядра власти и управления. И сегодня в рамках интеграционных процессов можно отметить, что международные отношения делятся на два основных типа: отношения соперничества и отношения сотрудничества.

Взаимодействие стран в настоящее время основывается на принципах и нормах международного права, зафиксированных в Уставе ООН (1945 г.), документах Хельсинского заключительного акта СБСЕ (Совещание по Безопасности и Сотрудничеству в Европе, 1975 г.), Парижской хартии для новой Европы (1990 г.). Нами выделены основные принципы, изложенные в данных документах: принцип неприменения силы и угрозы силой; принцип разрешения международных споров мирными средствами; принцип невмешательства в дела, входящие во внутреннюю компетенцию государств; принцип обязанности государств сотрудничать друг с другом; принцип равноправия и самоопределения народов; принцип суверенного равенства государств; принцип нерушимости государственных границ; принцип территориальной целостности государств; принцип уважения прав человека и основных свобод.

Несмотря на справедливость данных принципов, они все равно не могут защитить мир от периодических катастроф и военных преступлений. Проблема в том, что за этими принципами нет никакого высшего авторитета, который мог бы заставить современные нации поставить эти нормы выше своих амбиций и корыстных интересов.

Вполне очевидным является тот факт, что мировая политика самым непосредственным образом сказывается на развитии мировой экономики, элементами которой являются международная макроэкономика и международная микроэкономика.

Международная макроэкономика выявляет закономерности функционирования открытых национальных экономик и мирового хозяйства в целом в условиях глобализации финансовых рынков. Но без изучения закономерностей межстранового движения конкретных товаров и факторов их производства, а также их рыночных характеристик (спрос, предложение, цену и др.) нельзя судить об эффективности развития экономик различных стран.

Современные экономические отношения сопряжены с такими понятиями, как глобализация, интернационализация, международная миграция капитала, трудовая миграция, которые влияют на мировую политику. Это влияние выражается в резком увеличении масштабов и темпов перемещения капиталов, опережающем росте международной торговли по сравнению с ростом ВВП, возникновением круглосуточно работающих в реальном масштабе времени мировых финансовых рынков.

В условиях интернационализации, расширения и углубления мировых экономических связей, товарные рынки теряют территориальные границы и превращаются в мировые, деятельность которых регулируется международными товарными соглашениями.

Интернационализация современных международных отношений ведет к повышению экономической эффективности функционирования как отдельных национальных хозяйств, так и всей мировой экономики. Происходит международное перемещение финансовых и производственных ресурсов (капитала, технологий), что обеспечивает усиление взаимосвязи и взаимозависимости различных стран, увеличиваются масштабы международной торговли. В сегодняшних условиях ускорение интернационализации производства происходит в первую очередь под влиянием научно-технической революции. Современное производство требует крупных затрат на научные исследования и огромных первоначальных капиталовложений, поэтому даже крупные и развитые страны не могут самостоятельно организовать выпуск всей номенклатуры промышленной продукции. В этих условиях применяется международная специализация и кооперация промышленно-развитых стран, усиливающие интернационализацию производства. Огромное влияние на интернационализацию производства оказывает интернационализация капитала, проявляющаяся как в создании отдельными компаниями хозяйственных объектов (филиалов) в других государствах. Благодаря созданию филиалов или дочерних компаний в зарубежных странах, крупнейшие корпорации из национальных превращаются в транснациональные. Капитал, оставаясь национальным по принадлежности, по сфере своих интересов и характеру применения превращается в международный.

Для оценки эффективности экономики оценивают такой показатель, как ВВП. Он наиболее ясно характеризует зависимость экономики страны от внешнего рынка и уровень развития отраслей национальной экономики: чем выше значение ВВП, тем значительно вовлечена страна в международные экономические отношения.

Однако один показатель не может отразить эффективность развития экономики. Очень важным видится формирование гармонизированной методики оценки эффективности развития экономики стран.

В качестве таких показателей нами предлагается рассчитывать ВВП на душу населения, эффективность вложенного капитала в экономику других стран; показатели качества жизни и занятости населения; показатели, отражающие промышленное развитие; эффективность вложенных средств на охрану окружающей среды.

На развитие страновой экономики, особенно в финансовой сфере, влияет действие международных экономических организаций таких, как Международный валютный фонд (МВФ); Всемирный банк; Банк международных расчетов; Европейский банк реконструкции и развития; Базельский комитет по банковскому надзору и другие международные финансовые организации и др. Немаловажную роль в развитии международных отношений играет Всемирная торговая организация (ВТО).

Важным видится формирование общих подходов и к средствам регулирования международных экономических отношений, которые могут принимать различные формы, включая как непосредственно воздействующие на цену товара (тарифы, налоги, акцизные и прочие сборы), так и ограничивающие стоимостные объемы или количество поступающего товара (количественные ограничения, лицензии, «добровольные» ограничения экспорта и др.).

Таким образом, на современном этапе развития мирового хозяйства одним из основных факторов развития международных экономических отношений необходимо считать эффективное сочетание мероприятий, направленных на политическую, экономическую и социальную стабильность.

Список литературы

1. Суэтин, А. А. Мировая экономика. Международные экономические отношения. Глобалистика // А. А. Суэтин. – М.: КНОРУС, 2008. – 320 с.

Проблема импортозамещения в современной России

Вопрос осуществления импортозамещения в России назревал на протяжении многих лет, так как импорт оказывал огромное влияние на российскую экономику, и его доля до сих пор остается достаточно высокой. Основным катализатором, послужившим разрешению этой проблемы на практике и выведению ее на первый план, стали санкции западных стран, нацеленные на конкретные сектора Российской экономики. Именно они стали некой отправной точкой для понимания руководством страны необходимости ускоренного развития отечественной промышленности, повышения ее конкурентоспособности и укрепления независимости российской экономики от зарубежных товаров.

Для начала необходимо разобраться в причине возникновения зависимости Российской экономики от импорта. Предшественник России – СССР, несмотря на дефицит многих товаров народного потребления, обладал множеством технологий, подготовленных кадров и производств, которые могли изготовить, в принципе, любой критически важный для страны товар. В результате развала Советского Союза, нарушения производственных связей и кооперации, многие производственные компетенции были потеряны. После напряженных поисков места для новой России в международной кооперации и разделении труда, в государственных структурах доминировала точка зрения превращения страны в мировую «энергетическую супердержаву», и какое-то время такая модель экономики поддерживалась благодаря высоким ценам на нефть и другое сырье. После мирового кризиса 2008 года и резкого спада этих цен стало очевидно, что в стране многие отрасли производства в состоянии стагнации: утеряны технологии, появился дефицит квалифицированных кадров. Это привело к зависимости России от импорта зарубежных товаров. В настоящее время основная задача – разрешение этой проблемы путем восстановления национального производства и замещения иностранных товаров отечественными.

При осуществлении процесса импортозамещения выделяется ряд проблем, требующих безотлагательного решения:

Во-первых, необходимость улучшения промышленной базы. Очевидно, что для замены какого-либо товара необходимо произвести аналог, как минимум, не уступающий по качеству, основным характеристикам и функциям зарубежным продуктам.

Во-вторых, решение проблемы однообразного экспорта. Долгое время Россия нацелена исключительно на сырьевой экспорт. Так, снижение цен на нефть – основной товар, вывозимый из России, показало «уязвимость» предметной части российского экспорта.

В-третьих, несовершенство отечественной инфраструктуры. А именно: сложность и дороговизна транспортировки товаров из-за недостатка качественных автомобильных и железных дорог. Это приводит к увеличению цен на товары,

производимые в России, поэтому получается выгоднее приобрести зарубежный аналог этой продукции по более низкой цене.

Четвертой проблемой является дефицит кадров: снижается мотивация для трудоустройства молодого трудоспособного населения в сфере производства. Современную молодежь в настоящее время больше привлекает работа в офисе и сфере услуг. Также большое количество, по-настоящему, высококвалифицированных специалистов предпочитают уезжать за границу, ввиду отсутствия перспектив и возможности профессионального роста на Родине.

И, наконец, пятая проблема заключается в изношенности и негодности станков и оборудования. Многие заводы и фабрики были построены еще в советские времена и не подлежали реконструкции, вследствие чего некоторые из них сейчас заброшены, некоторые находятся в ненадлежащем виде без возможности их использования. А так как одной из самых пострадавших отраслей промышленности в нашей стране оказалось станкостроение, практически отсутствует возможность производства нового оборудования в каких-либо серьезных размерах, поэтому пока основной способ для более быстрого обновления основных фондов – это закупка станков из-за рубежа.

В последнее время государством для поддержки процесса импортозамещения были определены следующие отрасли: сельское хозяйство, промышленность, связь и телекоммуникации. В сфере сельского хозяйства на первый план вышли: техническая модернизация отрасли и субсидирование сельхозтоваропроизводителей. Благодаря этим мерам удалось добиться заметного развития в некоторых секторах сельского хозяйства. По данным Росстата, произошло существенное сокращение количества ряда импортируемых продовольственных товаров. В 2015 году ввоз мяса снизился на 198,6 тыс. тонн, на 111,8 тыс. тонн – мяса птицы, на 153,5 тыс. тонн – рыбы, на 73 тыс. тонн – сыра и творога, на 44 тыс. тонн – молока и сливок. [4] Также упал импорт следующих продуктов: подсолнечного масла, соли, картофеля, помидоров, огурцов и др. Однако в этой сфере остается еще множество нерешенных вопросов. Например, основные опасения вызывает назревающая проблема несоответствия спроса и предложения. [2] Прогнозируется проблемы платежеспособности потребителей, которые вызовут спад спроса на сельскохозяйственную продукцию, а впоследствии могут привести к перенасыщению рынка, снижению цен на товары и как следствие сокращение производства. Что же касается промышленности, то возобновили и начали свою деятельность многие промышленные предприятия в России. Например, в 2015 году был открыт Ульяновский станкостроительный завод, где 5% общего объема производства отводится для экспорта. В Мордовии открыли первый в России завод по производству оптоволокна. В Краснодаре произошел запуск второй очереди завода по производству сельскохозяйственной техники. Впервые в России было осуществлено производство газоразделительных мембранных модулей, и т. д. Около 24% предприятий снизили долю импорта при закупках оборудования, в том числе 6% – до нулевого уровня. [3] Но, тем не менее, импортозамещение в промышленности – это очень сложный и длительный процесс, который будет проходить на протяжении ни одного десятилетия.

Еще одной немаловажной сферой для импортозамещения является ИТ-среда. Не только при масштабном использовании, но и на бытовом уровне мы зависим от

зарубежного программного обеспечения. Основной задачей в этой сфере стало не вытеснение иностранных программ, а создание определенных условий в стране, при которых может разрабатываться качественное ПО на территории страны. Предполагается, что в международных командах по разработке новых программ должна быть, как минимум, половина Российских программистов, и интеллектуальная собственность на разработанное программное обеспечение должна принадлежать отечественным производителям.

Таким образом, можно сказать, что был завершен лишь первый этап процесса импортозамещения, а именно, произошло осознание проблемы и предприняты некоторые попытки решить ее. Конечно, предстоит еще долго работать, потому что это длительный процесс, который требует достаточно больших объемов инвестиций. Сейчас же совершаются лишь первые шаги к восстановлению национального производства и некоторой независимости от зарубежных товаров. Следующий этап в разрешении этой проблемы сможет открыть перед Россией не только новые перспективы, но и выявить новые возможные угрозы и риски.

Список литературы

1. Бурко Р. А. Роль импортозамещения в экономике России // Молодой ученый, 2013. - № 11.
2. Максимова Т. П., Горяинова Л. В., Максимова В. Ф. Микроэкономика. – М.: ЕАОИ, 2011. - 366 с.
3. Цухло С. Процесс пошел: как происходит импортозамещение в промышленности. URL: <http://www.rbc.ru/opinions/economics/05/10/2015/561273db9a79475dae1d7ae3> (дата обращения: 24.02.2017).
4. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. Электронный ресурс: www.gks.ru (дата обращения: 22.02.2017).

С. В. Афанасенко

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Республика Беларусь, г. Гомель

Научный руководитель: И. А. Шнып

Современные технологии в маркетинге – атмосферомаркетинг

Атмосфера магазина играет важную роль в формировании мнения покупателей о данном магазине, формирует определенный образ, таким образом, сферой атмосферомаркетинга являются все компоненты и элементы атмосферы розничного предприятия торговли. Благоприятная атмосфера магазина способствует увеличению количества покупок, является сильным конкурентным преимуществом.

Атмосфера магазина – это совокупность внешних факторов (элементов) или физических характеристик торгового объекта, стимулирующих эмоциональное состояние и восприятие товаров в местах продажи.

Основная цель атмосферы – способствовать увеличению продажи товаров.

Многочисленными исследованиями доказано, что эмоции, чувства, деловая активность покупателей розничного предприятия торговли в значительной степени обуславливаются атмосферой магазина. Используя все компоненты атмосферы можно добиться управления чувствами покупателей и направлять их в нужное русло для увеличения продаж [1, с. 38].

Особое внимание специалистов к формированию определенной атмосферы магазина связано с тем, что:

- покупатели считают атмосферу магазина одним из важнейших факторов привлекательности торгового зала для посещения;
- атмосфера помогает сформировать ход мысли человека и сконцентрировать его на совершение покупки;
- ощущение хорошей атмосферы вызывает у потребителя радость или подъем чувств, что повлияет на то, сколько он времени проведет в магазине;
- атмосфера магазина имеет преимущество перед внемагазинными коммуникациями и стимулами.

Атмосфера магазина включает ряд элементов, которые подразделяются на психологические, организационные, технические, органолептические.

Психологические элементы (факторы) определяются уровнем сервиса в магазине, культурой персонала, наличием или отсутствием покупателей (очереди) и т. п.

Организационные элементы (факторы) – это размеры и планировка торгового зала, размещение и выкладка товаров, направления покупательских потоков и т. п.

Технические элементы (факторы) определяют выбор и использование наиболее эффективных видов и типов торгового оборудования, мебели, инвентаря и других технических средств (видеонаблюдение, предупреждение краж и т. п.).

Органолептические или чувственные факторы – это визуальные компоненты, обращенные к чувствам покупателей (дизайн, цвет, музыка, запахи, температура и др.).

При формировании атмосферы магазина наибольшее значение придается чувственным факторам, использование которых оказывает существенное влияние на принятие решения о покупке товара непосредственно в магазине (до 60 % решений). К ним относятся:

- освещение;
- использование цветов и их сочетаний;
- композиции – сочетание форм и объемов;
- звуки и музыка;
- запахи;
- визуальные компоненты.

Освещение (свет) играет важную роль в создании благоприятной атмосферы магазина и выполняет ряд функций в торговом процессе:

- привлечение внимания;
- пробуждение интереса к магазину и его ассортименту;
- создание особой атмосферы в торговом зале и представление товаров;
- помощь в ориентации покупателя в магазине;
- интеграция в общий имидж магазина.

Различают две составляющие в освещении магазина:

- освещение торгового зала ровным светом (общее освещение);
- акцентирующее освещение отдельных товаров или информационных знаков.

Использование цветов и их сочетаний часто используется для решения следующих задач:

- улучшения имиджа магазина, а также выделения сегмента рынка или группы покупателей, на которые он ориентирован;
- создания определенного настроения персонала и посетителей;
- регулирования активности покупателя.

Музыка. Наравне с другими компонентами атмосферы магазина музыка вносит ощутимый вклад в создании позитива и праздничности. При этом музыка легко воздействует на скорость движения покупателей по магазину, создает различные образы, привлекает или направляет их внимание. Установлено, что классическая музыка способствует росту продаж. Кроме того, форма подачи музыки, ее темп и тип по-разному влияют на покупателя, в частности более громкое звучание ассоциируется с более низкими ценами и т.д.

В целях создания комфорта в магазине музыка должна быть ненавязчивой, создавать незаметный, но эффективно действующий фон для покупок, а не отвлекать покупателя от выставленного для продажи товара.

Запахи. Основная масса решений о покупке принимается под влиянием эмоций, а обоняние оказывает самое сильное влияние на эмоциональное состояние человека. В отличие от визуальных акцентов запахи имеют большую зону действия и часто помогают торговцам в целях создания дополнительного спроса (аромат свежесдобитого хлеба, тонкий аромат пряностей и изысканных сортов табака, чая и т.д.). Однако использовать запахи нужно очень осторожно, так как интенсивность запаха и его восприятие в значительной степени зависят от пола, возраста и этнического происхождения человека.

В настоящее время самым экономным способом наполнения магазина благоуханием является использование разнообразных искусственных ароматов.

Важной составляющей информационной среды магазина являются визуальные компоненты атмосферы, к которым относятся изображения, знаки, указатели. Они способствуют увеличению объема продаж, что связано с получением покупателями дополнительной информации. Если информационная среда магазина отличается доступностью и понятливостью, то посетители лучше ориентируются в торговом зале, меньше времени тратят на поиск нужных отделов, секций, товаров. Знаки и указатели являются отличными средствами коммуникации и в некоторой степени заменяют продавцов, предоставляя основную информацию о товаре, его местоположении и создают ощущение красоты и комфорта. Изображения, такие как фото-панели, изображающие товар или информирующие о его характеристиках, облегчают его восприятие при минимальной концентрации внимания [2, с. 56].

Влияние информационной среды на человека в современных условиях велико. Эта среда при грамотном подходе к ее формированию создает такую атмосферу, при которой человек ощущает себя уютно, поэтому эту среду можно причислить к числу важных элементов, формирующих атмосферу магазина.

На формирование атмосферы магазина влияет психологическая среда, включающая совокупность средств, методов и приемов, предназначенных для целенаправленного формирования приятных сенсорных ощущений и соответствующего

восприятия товара в торговом зале и предоставляемых магазином услуг. Использование данных средств и приемов позволяет влиять на психологию людей так, чтобы они становились постоянными и лояльными [3, с. 2].

Таким образом, атмосфера магазина представляет собой результат сочетания и сложного взаимодействия разнообразных элементов, оказывающих эффективное воздействие на поведение покупателей и формирующих в сознании посетителей благожелательный образ торгового предприятия.

Список литературы

1. Акулич, М. В. Атмосферомаркетинг в магазине. Достижение конкуренции / М. В. Акулич // Маркетинг: идеи и технологии. – 2015. – № 5. – С. 36-47.
2. Мокану, И. М. Атмосфера магазина как инструмент влияния на потребителя / И. М. Мокану, Л. Н. Абакумова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 53-62.
3. Холоповский, В. Атмосфера магазина / В. Холоповский // Рэспублика. – 2010. – № 112 (2010). – С. 2.

А. А. Афанасьев

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: Л. А. Афанасьева

Применение маркетинговых технологий управления, обеспечивающих реализацию стратегических задач организации

В условиях формирования информационного общества трудовые отношения требуют новых способов реализации, в том числе гибкого реагирования на потребности работников, понятых в качестве клиентов организации, что приводит к усложнению систем взаимодействия основных участников рыночной деятельности. В качестве актуального инструмента повышения согласованности интересов субъектов взаимодействия на рынке труда рассматривается такое направление маркетинговой деятельности, как маркетинг персонала.

Основополагающей задачей маркетинга персонала является создание максимально возможного привлекательного образа предприятия как работодателя, чтобы обеспечить себя кадровыми ресурсами с оптимальными количественными и качественными параметрами.

Маркетинг персонала в свою очередь является органичным расширением маркетингового подхода, реализующим принцип клиентоориентированности в трудовых отношениях не только внутри предприятия, но и на внешнем рынке труда, и распространяющим таким образом «отношенческую» парадигму на традиционные рынки факторов производства. Цель маркетинга персонала – оптимальное использование персонала организации путем создания максимально благоприятных условий труда, способствующих повышению его эффективности; развитию в каждом сотруднике партнерского и лояльного отношения к организации.

Изучение имиджа организации – одно из перспективных направлений маркетинга персонала. Главным фактором в конкурентной борьбе становится благоприятное впечатление о предприятии, товаре, персонале, руководителе и т. д., заключенное в созданном имидже. Руководителям организации неизбежно приходится уделять внимание вопросам формирования эффективного имиджа, повышающего конкурентоспособность организации.

Для выявления проблем среди работников ООО «Курск-Агро» была использована такая форма опроса как анкетирование, самый распространенный из социологических методов и позволяющий получить данные, максимально приближенные к реальным мнениям респондентов за счет анонимности анкеты, а также выявить значимость отдельных факторов для респондентов. В данном исследовании используются методика удовлетворенности по таким показателям как: духовное удовлетворение, креативность, собственный престиж мотивационно-ценностной структуры предприятия, а также заработной платой (рис. 1).

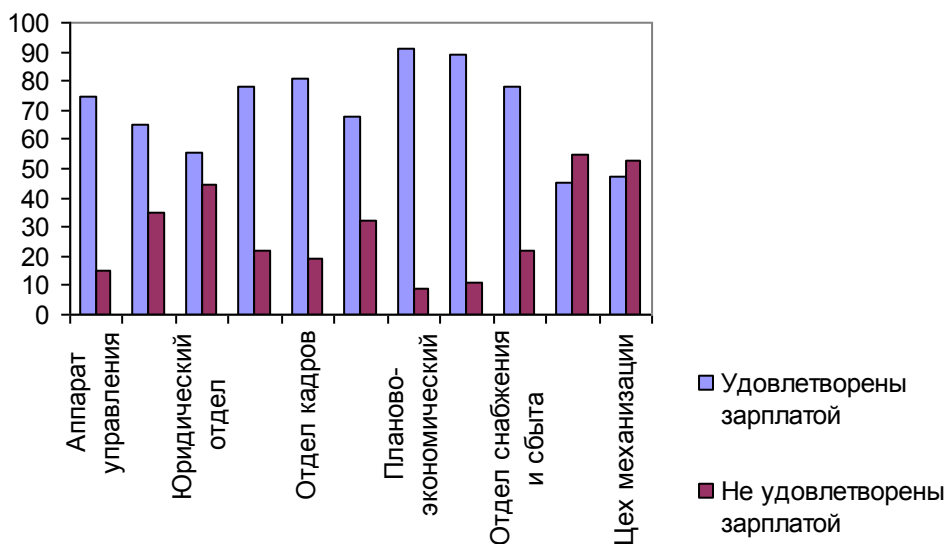


Рис. 1. Степень удовлетворенности размером заработной платы работниками предприятия

Цель данных анкет состоит в выяснении предпочтительных для работников факторов отношения к труду и размеру заработной платы, а также тенденций в изменении некоторых сторон деятельности персонала компании ООО «Курск-Агро».

Удовлетворены заработной платой 75% специалистов аппарата управления, 65% сотрудников службы главного управления, 78% отдела бухгалтерии, 91% – планово-экономического отдела, 89% отдела информационных технологий. Больше всего не довольны размером своего заработка сотрудники цеха растениеводства и это понятно – у этой категории размер зарплаты пропорционален выработке, а она носит сезонный характер. Также в данную категорию входят сотрудники службы контроля – 32%.

Были обнаружены различия в степени выраженности отдельных ценностей рядовых сотрудников и управленческого звена (рис. 2).

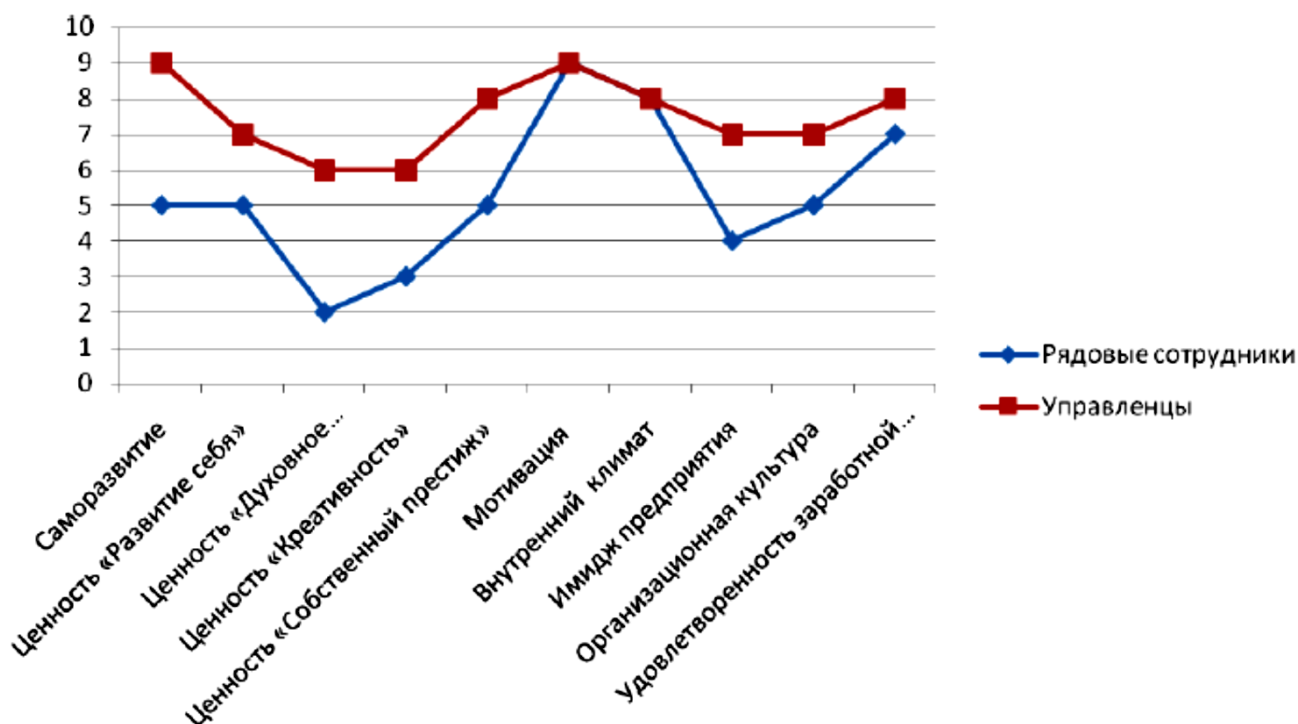


Рис. 2. Степень удовлетворенности работниками предприятия ключевыми компетентностями

Полученные результаты позволят разработать программу мероприятий, направленных на формирование корпоративной культуры предприятия. Как показало исследование, акценты необходимо было сделать на ценностно-смысловых (мотивация, целеполагание, саморазвитие) и операционных (психологический климат, стиль управления) компонентах.

В целом проведенный анализ показал, что труд большинства персонала компании ООО «Курск-Агро» существенно недооценен. В целом исследуемому предприятию с учетом поведенческих исследований рекомендовано:

- выявить проанализировать устойчивые компоненты структуры имиджа организации;
- сформировать подходы к формированию системы маркетинга персонала на предприятии;
- разработать механизм реализации и внедрения маркетинга персонала;
- провести сегментацию рынка труда для данной компании (наличие конкурентных преимуществ);
- разработать систему мероприятий по стимулированию персонала.

Список литературы

1. Жердева Ю. Г. Маркетинг персонала // Развитие торгового дела, маркетинга и менеджмента в условиях глобализации экономики [Текст] / Студ. сборн. под ред. В. А. Кривулина, М. А. Меньшиковой, В. Н. Ходыревской; Курск. гос. ун-т. – Курск, 2013. – 311 с.
2. Меньшикова, М. А. Теория и практика кадровой политики государства и организации (электронное учебное сетевое издание) / М. А. Меньшикова, В. Н. Ходы-

ревская, К. В. Контева. – Курск: Курск. гос. ун-та, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

З. Томилов, В. В. Маркетинг рабочей силы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/2.htm>, дата доступа: 08.02.2017.

А. И. Белюсева

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь, г. Новополоцк

Научный руководитель: О. М. Мещерякова

Развитие транзитного потенциала стран ЕАЭС: Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан

Актуальность выбранной темы обуславливается выгодным геоэкономическим положением стран-участниц Евразийского экономического союза (ЕАЭС) Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан, постоянным ростом международных перевозок, следовательно, ЕАЭС имеет высокий транзитный потенциал, который следует использовать во благо экономического развития. Но, в то же время, транзитный потенциал во многом не использован по причинам дороговизны реализации транспортных проектов, состояния действующей транспортно-логистической инфраструктуры, несогласованности законодательства государств – членов ЕАЭС в сфере осуществления транспортных перевозок [4, с. 35].

В последние годы интеграционные процессы между Беларусью, Казахстаном и Россией получают все большее развитие, углубление сотрудничества между странами поднимает вопросы о роли и возможном вкладе интеграционных процессов в достижение целевых ориентиров по основным направлениям экономического развития. Национальные стратегии и программы развития транспорта и транспортной инфраструктуры включают широкие перечни целевых ориентиров. Общими показателями развития транспорта в стратегиях и программах Беларуси, Казахстана и России являются грузооборот, пассажирооборот, объем перевезенных грузов и число перевезенных пассажиров (таблица 1) [2, с.168].

Таблица 1

Общие показатели развития транспортной системы

Показатель	Республика Беларусь			Российская Федерация			Республика Казахстан		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Объем перевезенных грузов, млн тонн	471,2	467,4	447,2	8264	8006	7582	3508	3749,8	3733,8
Пассажирооборот, млн пассажиро-км	26618	25092	24051	547200	556200	530000	235738	246959	251251
Число перевезенных пассажиров, млн человек	2451,2	2255,2	2094	19652	19558	19122	20004,3	21281,2	21839,2

Примечание: собственная разработка на основе изученной литературы [2, 5, 6]

В ходе проведенного анализа, наблюдаются относительно низкие показатели, которые с каждым годом уменьшаются, что свидетельствует о необходимости увеличения темпов развития транспортной инфраструктуры и повышения транзитной привлекательности для международных перевозчиков [1, с. 200].

Для этого нами предложены следующие мероприятия:

- реконструкция и модернизация международных транспортных коридоров на территории стран ЕАЭС;*
- формирование сети международных мультимодальных транспортно-логистических центров ЕАЭС;*
- применение интермодальных контейнерных перевозок;*
- модернизация приграничной таможенной инфраструктуры, развитие таможенных технологий, обеспечение необходимой пропускной способности;*
- распространение современных информационных технологий;*
- приведение к международным стандартам инфраструктуры и подвижного состава.*

Таким образом, в настоящее время проблемы реализации транзитного потенциала связаны с недостаточным развитием транспортно-логистической инфраструктуры, неполным обеспечением необходимой пропускной способности приграничных пунктов, недостаточным применением интермодальных контейнерных перевозок (особенно на автомобильном транспорте). С позиций экономико-правового фактора можно констатировать неполную реализацию транзитного потенциала, поскольку ограничение свободы движения товаров и услуг по территории государства не всегда позволяет реализовать конкурентные преимущества транзитной страны.

Список литературы

1. *Зиневич, А. С. Транзитный потенциал как фактор логистической интеграции и модернизации в рамках ЕАЭС / А. С. Зиневич, В. П. Старжинский // Общая история единения народов. Роль лидеров Казахстана и Беларуси в становлении и развитии независимых государств: материалы Международной научной конференции, 25 марта 2015 года, г. Минск / отв. ред. А. И. Лойко. – Минск: БНТУ, 2015. – С. 197–201.*
2. *Национальные стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/natsionalnye-strategii-ekonomicheskogo-razvitiya-gosudarstv-chlenov-ts-i-eep-sravnitelnyy-analiz-i-vozmozhnosti-dlya-realizatsii.pdf. – Дата доступа: 15.02.2017.*
3. *Национально-статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/transport/godovye-dannye_12/perevozki-gruzov-po-vidam-transporta/ – Дата доступа: 15.02.2017.*
4. *Основные направления экономического развития ЕАЭС до 2010 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/seminar/Documents/Аналитическое%20издание%20ОНЭР.pdf – Дата доступа: 15.02.2017.*

5. Статистический комитет Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stat.gov.kz/faces/homePage?_afzLoop=17495058740842285 – Дата доступа: 27.02.2017.

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> – Дата доступа: 20.02.2017.

А. И. Бородина

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: В. А. Артемов

Методология управления денежными потоками корпорации

Важнейшей составляющей методологии управления денежными потоками являются методы, использование которых позволяет финансовым менеджерам определить и проанализировать объем и структуру денежных средств, а также виды деятельности, генерирующие основные потоки. Применение различных методов оценки денежных потоков не только обеспечивает реализацию методологических принципов, лежащих в основе эффективной политики управления денежными потоками, но и позволяет проанализировать причины изменения остатков денежных средств на счетах организации. Для подготовки отчетности о движении денежных средств организации в соответствии с международными стандартами учета и действующей практикой используют два основных метода измерения денежных потоков — прямой и косвенный. Принципиальные отличия этих методов вытекают из последовательности проведения расчета денежных потоков, полноты представления данных, исходной информации и т.п. [2, с. 87].

Прямым методом расчет денежных потоков осуществляется на основе счетов бухгалтерского учета организации («Расчетный счет» и «Касса»), тогда как при расчете косвенным методом применяются показатели бухгалтерского баланса организации и отчета о финансовых результатах. Сущность прямого метода состоит в преобразовании выручки от продажи в чистую прибыль посредством корректировки поступлений денежных средств и расходов в денежной форме. При этом в основе расчетов лежит выручка организации. В результате использования прямого метода оценки денежных потоков, организация получает возможность:

- определять основные источники притока и направления оттока денежных средств;
- проводить оперативный контроль притока и оттока денежных средств;
- делать оперативные выводы относительно достаточности денежных средств для платежей по своим текущим обязательствам;
- выявлять взаимосвязь между реализацией продукции и денежной выручкой за отчетный период;
- оценивать ликвидность и платежеспособность хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе;
- рассчитывать валовой и чистый денежный поток;
- прогнозировать денежные потоки.

Прямой метод поток денежных средств на конец периода рассчитывается как разница между всеми притоками денежных средств организации по трем видам деятельности (основной, инвестиционной и финансовой) и их оттоками. Остаток денежных средств на конец периода определяется как остаток на начало периода с учетом оттока за данный период [1, с. 65]. Прямой метод оценки денежных средств организации используется при составлении отчета о движении денежных средств.

Косвенный метод используется в целях получения данных, характеризующих только размер чистого денежного потока корпорации в отчетном периоде, и применяется для составления отчета о движении денежных средств. Он основан на анализе данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, что позволяет финансовым менеджерам организации:

- выявлять взаимосвязи между разными видами деятельности организации;
- устанавливать соответствие между чистой прибылью и изменениями в активах организации за отчетный период;
- определять зависимость между финансовым результатом и изменением собственных оборотных средств;
- выявлять проблемные участки, где накапливаются замороженные денежные средства, в целях своевременного принятия управленческих решений по выходу из сложившейся ситуации.

При использовании косвенного метода основой для расчета является нераспределенная прибыль, амортизация, а также изменение активов и пассивов предприятия. Увеличение активов уменьшает денежные средства предприятия, а увеличение пассивов увеличивает, и наоборот. Важно, что в основе косвенного метода лежит преобразование чистой прибыли в денежные средства. При этом исходят из того, что деятельность каждой организации нередко сопровождается достаточно значительными расходами и доходами, уменьшающими (или увеличивающими) ее прибыль, не затрагивая размера ее денежных средств [1, с. 34].

Проводя анализ, прежде всего корректируют размер чистой прибыли на сумму указанных расходов (доходов) так, чтобы статьи расходов, не связанные с оттоком средств, и статьи доходов, не сопровождающихся их притоком, не повлияли на ее размер. Расчет чистого денежного потока организации косвенным методом осуществляется как по отдельным видам хозяйственной деятельности, так и организации в целом.

При проведении расчетов важно иметь в виду следующее обстоятельство: в результате использования прямого и косвенного методов сумма чистого денежного потока может различаться. Различия полученных размеров чистого денежного потока относятся только к операционной деятельности организации.

В современной практике управления денежными потоками, их прогнозировании и планировании стали широко применяться матричные модели.

Матричная модель представляет собой таблицу, элементы которой отражают взаимосвязь объектов. Она используется для проведения финансового анализа, так как является простой и наглядной формой совмещения разнородных, но взаимоувязанных экономических явлений [3, с. 57].

Матричный баланс – это производный формат от стандартной формы бухгалтерского баланса организации. Следует отметить его аналитическую ценность, его наглядность по сравнению с бухгалтерским балансом, где

отсутствует привязка источников финансирования к конкретным статьям активов: матричный баланс как раз и демонстрирует эту взаимосвязь. В сложных экономических условиях хозяйствования особенно важно обеспечение грамотного финансирования активов организации. В содержании каждой группы ее активов показаны определенные закономерности их финансирования, отраженные в общепринятых правилах «золотого финансирования»: необходимые для инвестиций финансовые ресурсы должны находиться в распоряжении организации до тех пор, пока они остаются связанными в результате осуществления этих инвестиций. Под связанными ресурсами принято понимать тот объем финансовых ресурсов, которым постоянно должна располагать организация в целях обеспечения ритмичности своей основной деятельности; «золотое правило» управления кредиторской задолженностью организации – это максимально возможное увеличение срока ее погашения, без ущерба для сложившихся деловых отношений. Реализация этого правила требует обеспечения ряда финансовых пропорций в бухгалтерском балансе организации, строгой корреспонденции определенных элементов ее активов и пассивов. Правила финансирования включают в себя подбор финансовых источников в рассмотренной выше последовательности в пределах остатка средств после обеспечения за счет данного источника предыдущей статьи актива. Использование последующего источника свидетельствует об определенном снижении качества финансового обеспечения фирмы. Если в реальности финансирование связано с необходимостью в заимствовании других источников, то это свидетельствует о нерациональном использовании капитала фирмы, иммобилизации ресурсов в сверхнормативные запасы.

Список литературы

1. *Коваленко О. Г., Колачева Н. В.* Теоретические основы финансового менеджмента // Вестник НГИЭИ. Серия «Экономика и экономические науки»: - 2015. - №1 (44).
2. *Мамишев В. И.* Структура капитала и ее влияние на стоимость компании // Проблемы современной экономики. Серия «Экономика и экономические науки». - 2015. - № 1 (53).
3. *Василенко Е. Н.* Совершенствование управления денежными потоками // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Серия «Экономические науки». - 2013. - № 5 (23).

Ю. В. Воробьева

*Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Республика Беларусь,
г. Гомель*

Научный руководитель: И. А. Шнып

Использование CRM-технологий для повышения эффективности стратегического управления предприятием

Постоянный учет и контроль закупок и продаж, характеризующиеся большим количеством поставщиков, потребителей и ассортимента товаров, возможен на основе использования современных информационных технологий. Важным элементом этих технологий в области закупок и продаж являются CRM-технологии.

CRM (от англ. customer relationship management, управление взаимоотношениями с клиентами) – это объединение стратегии бизнеса, информационных систем и технологий, бизнес-процессов с целью внедрения в компании клиентоориентированного подхода, позволяющего повысить эффективность компании в сфере продаж товаров и услуг. CRM является инструментом стратегического управления бизнесом.

Философия клиентоориентированности затрагивает не только общую стратегию бизнеса компании, но и корпоративную культуру, структуру, бизнес-процессы, операции. Ключевым для построения клиенториентированной компании шагом является не только принятие стратегии, но и комплексная автоматизация процесса управления взаимоотношениями с клиентами с помощью CRM-систем.

Основными задачами CRM-систем являются: управление контактами, продажами, маркетингом, электронной торговлей, продажи по телефону, поддержка и обслуживание клиентов, отчетность для руководства и др. [1, с. 42].

CRM-система может включать: 1) фронтальную часть, обеспечивающую обслуживание клиентов на точках продаж с автономной, распределенной или централизованной обработкой информации; 2) операционную часть, обеспечивающую авторизацию операций и оперативную отчетность; 3) хранилище данных; 4) аналитическую подсистему; 5) распределенную систему поддержки продаж.

Основные инструменты CRM-системы:

- сбор в единую клиентскую базу всей накопленной о клиентах информации;
- сбор истории взаимоотношений с клиентами, партнерами, поставщиками;
- обмен информацией между подразделениями и сотрудниками;
- автоматизация последовательности работ (бизнес-процессы) и интеграция их в рабочую среду;
- получение аналитических отчетов;
- прогнозирование продаж;
- планирование и анализ эффективности маркетинговых предприятий;
- контроль удовлетворенности клиентов, регистрация и разбор жалоб;
- удержание клиентов [1, с. 43].

Цели использования CRM-системы могут быть разделены на четыре взаимодополняющие группы:

1 Управление продажами (Sales Force Management). CRM-система – это главный инструмент продавца, так как в этой системе есть возможность планирования и выполнения всего процесса продаж. Именно с помощью CRM-системы решаются такие задачи, как предложение новых товаров и услуг определенной группе клиентов, увеличение объемов продаж, расширение клиентской базы и другие.

2 Повышение эффективности работы сотрудников (Performance Management). CRM-система управляет последовательностью выполнения задач менеджеров предприятия. У руководителя появляется возможность отслеживать все действия менеджеров, анализировать и улучшать процессы продаж. При использовании CRM-системы, все сотрудники предприятия, как опытные, так и недавно пришедшие, как в центральном офисе, так и в региональных отделениях, будут работать в соответствии с отлаженными автоматизированными процессами. Кроме того, для рядовых сотрудников отлаженные CRM-процессы – это покой и комфорт, прежде всего потому, что система не позволит случайно забыть о важной задаче по VIP-клиенту и возьмет на себя выполнение большинства рутинных операций (например, формирование пакета документов, организацию почтовой рассылки и других).

3 Организация информации о клиентах и управление элементами документооборота (Document Flow). В CRM-системе вся необходимая для привлечения и развития клиента информация доступна в одном информационном поле. Можно увидеть по клиенту финансовые показатели, взаимосвязи с другими клиентами, знаменательные события, историю переговоров, переписку, документооборот и многое другое.

4 Планирование и анализ продаж (Analysis). CRM-система позволит в явном виде (буквально в одном окне интерфейса) получить информацию о самых главных событиях по клиентам банка. Кроме того, при планировании продаж будущих периодов проводится анализ количества потенциальных клиентов, вероятности соответствующих сделок, стадий переговоров.

Основные направления использования CRM-систем:

1 Контакт-центр. Предлагаем простой тест на эффективность контакт-центра: клиент звонит в банк с нестандартным вопросом. На следующий день клиент перезванивает другому оператору, представляется и сообщает, что есть некоторые дополнения по его вчерашнему обращению. В хорошем контакт-центре оператор мгновенно получит информацию обо всех прошлых обращениях клиента. В плохом – оператор заставит клиента заново подробно излагать суть вопроса.

2 Привлечение и развитие клиентов. CRM-система управляет всем процессом консультирования клиента и оформления продаж. Очень важные процессы – развитие клиента (кросс-продажи, дополнительные продажи) и удержания клиента в случае снижения его активности (управление жизненным циклом клиента). Выделяют также процессы по работе с VIP клиентами. В этом случае главные функции CRM – это напоминания обо всех знаменательных событиях, удобное представление параметров клиента, анализ информации по клиенту.

3 Collection (работа с клиентами, имеющими задолженность по оплате). Система управляет последовательностями задач для просрочек разных видов, форми-

рует необходимый пакет документов для суда. Также разрабатывается система мотивации работников с учетом эффективности работы с должниками.

4 Маркетинг, расширение клиентской базы. CRM-система управляет массовыми воздействиями, опросами клиентов, почтовыми рассылками. Возможно планирование маркетинговых воздействий и отслеживание эффективности привлечения клиентов.

CRM является инструментом стратегического управления бизнесом, поэтому ключевыми потребителями аналитической информации из CRM-системы являются топ-менеджеры компании: в их зоне ответственности и полномочиях находится стратегия и тактика развития организации, которые, в свою очередь, во многом зависят от ситуации на рынке [2, с. 55].

Линейными пользователями CRM-системы являются все сотрудники, связанные с работой с клиентами: менеджеры по продажам, аналитики и маркетологи, их руководители. Кроме того, пользователями CRM системы являются клиенты и партнеры компании – ведь именно они являются субъектами управления взаимоотношениями.

Эффективность от внедрения CRM-системы оценивают по показателям:

- снижение трудовых затрат и рост работоспособности сотрудников;
- повышение процента удержания клиентов;
- снижение операционных расходов, связанных с маркетинговыми компаниями и продажами;
- срок окупаемости проекта по внедрению CRM-системы.

Портал Tadviser предлагает список более трехсот компаний, занимающихся разработкой и внедрением CRM-систем [3].

Список литературы

1. Журавлев, В. Использование CRM-технологий для повышения эффективности и качества коммерческой деятельности предприятия / В. Журавлев, П. Демешкевич // Маркетинг: идеи и технологии. – 2016. – № 3. – С. 41-47.

2. Карней, Х. Технология CRM как основа управления маркетингом в современных условиях / Х. Карней, А. Яцковская // Маркетинг: идеи и технологии. – 2015. – № 10. – С. 53-56.

3. Портал TAdviseR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadvise.ru/index.php/CRM>. – Дата доступа: 27.02.2017.

Проблемы муниципального управления малым бизнесом в России

На сегодняшний день проблемы в развитии малого бизнеса являются наиболее актуальными вопросами для современной российской экономики. Это объясняется многими факторами: малый бизнес обеспечивает высокую динамику экономического роста, помогает решать проблемы реструктуризации экономики, не требует крупных вложений, обеспечивает занятость существенной доли экономически активного населения и высокую производительность труда; способствует формированию конкурентной среды и установлению рыночного равновесия. Кроме того, за счет меньшего масштаба малые предприятия способны более гибко реагировать как на изменяющиеся экономические условия, так и на колебания потребительского спроса. В РФ на долю малого предпринимательства приходится чуть более 22% валового внутреннего продукта. Поэтому основная роль в поддержке малого бизнеса в данный момент отводится государству. Так, для сравнения: в странах Европейского Союза, США, Японии такой показатель составляет около 60% ВВП.

Основная проблема, с которой сталкиваются многие российские предприниматели, связана с недостатком финансирования, что особенно ощущается в большинстве регионов России. В свою очередь, реализация потенциала малого бизнеса в решении экономических и социальных проблем невозможна без рационально разработанной финансово-кредитной поддержки. И на сегодня в России проблема финансового обеспечения развития малого бизнеса ощущается особенно остро. Прежде всего ситуация усугубляется недоступностью займов и субсидий из средств государственных и муниципальных фондов поддержки, а также незначительной величиной активов субъектов малого предпринимательства.

Несмотря на кризисные тенденции, наблюдается значительное усиление роли и значимости малого предпринимательства в экономике и социальной сфере регионов России, что во многом обусловлено процессами реформирования экономико-правовой системы государства и отнесения развития малого предпринимательства к приоритетным задачам государства. С 1 июля 2014 г. вступил в силу Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» с изменениями на 28 декабря 2013 г. в ред. с 1 июля 2014 г. В данном законе четко прописываются основные субъекты предпринимательской деятельности, цели и принципы государственной политики в данной области, основное нормативно-правовое регулирование, а также полномочия органов государственной власти, субъектов РФ и органов местного самоуправления по вопросам развития малого и среднего бизнеса.

Малый бизнес, или малое предпринимательство, – это особый вид предпринимательской деятельности, осуществляемый субъектами рыночной экономики на основе соответствия следующим критериям:

- для юридических лиц – суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25 %;

- средняя численность работников для малых предприятий не должна превышать 100 человек за предшествующий календарный год, а для микропредприятий такой показатель не должен превышать 15 человек;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого предпринимательства: микропредприятия – 60 млн рублей; малые предприятия – 400 млн рублей.

На сегодняшний день перед государством остро стоит вопрос о развитии малого бизнеса. В Послании Президента России четко были определены приоритеты развития экономики на долгосрочную перспективу, которые заключаются в следующем:

- предоставление налоговых каникул для начинающих бизнесменов;
- возможность открытия своего дела за 2–3 дня;
- амнистия при возврате капитала из офшорных зон;
- отсутствие проверок надзорных органов в течение 3-летнего периода с момента открытия своего дела;
- расширение доступа малых предприятий к закупкам госкомпаний, субъектам естественных монополий, госкорпораций и др.;
- отсутствие лицензирования для многих видов деятельности, в том числе на проведение банковских операций и т. д.

В рамках программы Министерства экономического развития предусмотрен широкий спектр мероприятий поддержки для различных групп предприятий, в том числе:

- поддержка лизинга малых компаний;
- модернизация производства;
- грантовая поддержка начинающих (предоставление безвозмездной субсидии начинающему предпринимателю в размере до 300 тыс. рублей);
- развитие социального предпринимательства (субсидирование расходов на создание центров инноваций социальной сферы в размере до 5 млн рублей);
- развитие молодежного предпринимательства, в том числе создание центров молодежного инновационного творчества (предоставление субсидий на создание центров в размере до 7 млн рублей на одного получателя поддержки).

Но, несмотря на развернутую государственную поддержку в области развития малого предпринимательства, предприниматель сталкивается с рядом проблем, на

которых необходимо остановиться более подробно. Прежде всего, это нестабильность в применении налогообложения. Так, в 2013 г. при двукратном увеличении страховых взносов для индивидуальных предпринимателей значительная доля малого бизнеса оказалась на грани банкротства. Поэтому неподъемные и нестабильные ставки налогов, в том числе страховых взносов, губительно сказываются на развитии малого бизнеса. Также необходимо отметить коррупционные барьеры, с которыми сталкиваются предприниматели на протяжении всего развития своего бизнеса, в том числе при его создании. Если опираться на зарубежный опыт, то в основном коррупционные моменты здесь были устранены через развитие Интернета, т. е. большинство процедур, начиная с открытия, ведения и закрытия бизнеса, осуществляется преимущественно через Интернет.

Подводя итог вышеизложенного, можно сказать, что стратегия развития малого бизнеса на сегодняшний день является приоритетным направлением развития экономики. Особую роль в поддержке малого бизнеса играет государство, так как развитие малого бизнеса позволит решить проблемы безработицы, повысить производительность труда, насытить рынок инновационными нововведениями, решить вопросы, связанные с инфляционной неустойчивостью российской экономики.

Список литературы

1. Статистика среднего и малого предпринимательства в России. – URL: <http://rcsme.ru/ru/statistics>.
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями на 28 декабря 2013 года в ред. с 1 июля 2014 г.). – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902053196>.
3. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 04.12.2014 «Послание Президента РФ Федеральному Собранию» (04 декабря 2014 г.). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171774.
4. Министерство экономического развития Российской Федерации – Деятельность. – URL: index.economy.gov.ru.

В. Г. Гойлик, Е. С. Жук

Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, Республика Беларусь, г. Гродно

Научный руководитель: М. А. Цветкова

Анализ наличного денежного оборота в Республике Беларусь

Наличные деньги являются важной составляющей платежной системы страны, от которой в немалой степени зависит ее устойчивое функционирование. Мировой опыт свидетельствует, что, независимо от уровня развития рыночной экономики и преобладания в денежно-кредитных системах инструментов безналичных расчетов, наличное денежное обращение по-прежнему занимает важное место. Наличное

денежное обращение характеризуется использованием наличных денег в функции средства обращения и платежа, опосредствующей оплату товаров, оказываемых услуг и другие платежи. Наличными деньгами производятся расчеты предприятий, организаций и учреждений с населением, а также расчеты между группами населения. Между предприятиями и организациями, по общему правилу, налично-денежный оборот незначителен.

В структуре широкой денежной массы в РБ М0 составляет 5% (в денежном выражении 1 790,6 млн. рублей). Объем наличных денег в обращении (денежный агрегат М0) в РБ на 1 января 2017 г. по сравнению с 1 января 2016 г. увеличился на 25,8%. [1]. Удельный вес наличных денег в обращении в составе денежной базы увеличился с 31,6% на 1 января 2016 г. до 39% на 1 января 2017 г. Удельный вес в денежной базе обязательных резервов банков на 1 января 2017 г. составил 34,7% и уменьшился по сравнению с началом 2016 г. на 7,9 процентного пункта. Таким образом, очевидна тенденция к снижению удельного веса наличности.

Поступления наличных денег в кассы банков, небанковских кредитно-финансовых организаций и Национального банка Республики Беларусь за декабрь 2016 года составили 3,8 млрд. рублей и по сравнению с январем 2016 года увеличились на 0,5 млрд. рублей, или на 13,3%. В разрезе областей Республики Беларусь увеличение поступления наличных денег в кассы банков, небанковских кредитно-финансовых организаций и Национального банка Республики Беларусь отмечено во всех областях и г. Минске в пределах от 8,4 до 16,5%.

Выдача наличных денег из касс банков, небанковских кредитно-финансовых организаций и Национального банка Республики Беларусь за декабрь 2016 года составила 4 млрд. рублей и по сравнению с январем 2016 года увеличилась на 0,7 млрд. рублей, или на 20,9%.

Поступление наличных денег в обращение в кассы банков и НБ РБ за январь-декабрь 2016 г. по сравнению с январем-декабрем 2015 г. выросло на 1 323 млн. рублей (3,89%), а по сравнению с 2014 г. на 2 774,55 млн. рублей (6,06%) [1]. Наибольшее поступление наблюдалось в г. Минске и Минской области – 22 156,20 млн. руб., а наименьшее – в Могилевской – 3 994,40 млн. руб. (рис. 1).

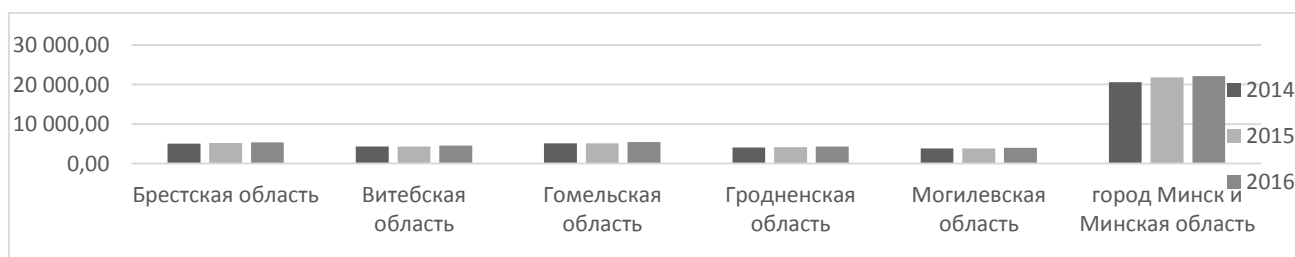


Рис. 1. Поступление наличных денег в обращение в кассы банков и НБ РБ

Источник [1].

Выдача наличных денег из касс банков и Национального банка Республики Беларусь за январь – декабрь 2016 г. составила 44 823,30 млн. руб. и по сравнению с январем-декабрем 2015 г. уменьшилась на 992,60 млн. руб., (5,78%), в 2014 году этот показатель составил 43 165,7 млн. руб. [1]. Наибольший рост выдачи

наблюдался в городе Минске и Минской области, за январь–декабрь 2015 года – 21 356,20 млн. рублей, а наименьший – в Могилевской и Гродненской (рис. 2).



Рис. 2. Выдача наличных денег из касс банков и НБ РБ

Источник [1].

Дебиторская задолженность на 1 января 2017 г. составила 29,9 млрд. рублей, в том числе просроченная – 6,9 млрд. рублей, или 22,9% от общего объема дебиторской задолженности. Кредиторская задолженность на 1 января 2017 г. составила 39,6 млрд. рублей, в том числе просроченная – 6,9 млрд. рублей, или 17,3% от общего объема кредиторской задолженности [2].

Соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства на 1 февраля 2017 г. составило 69,9 процента, что на 4,4 процентных пункта ниже, чем в предшествующем году на эту дату [3]. Ограниченность денежных средств не позволяет предприятиям производить в полном объеме своевременные расчеты по оплате труда и приводит к росту просроченной задолженности. Выплаченная за счет полученных банковских кредитов заработная плата увеличила денежные доходы населения, но рост денежных доходов не сопровождался соответствующим ростом объемов производства потребительских товаров. Так, реальные денежные доходы населения за январь – декабрь 2016 года составили 92,7 млн. рублей, уменьшившись на 7,3% по сравнению с сопоставимым периодом 2015 г. Рост объемов производства потребительских товаров за этот период составил в стране 93,4% в сопоставимых ценах к 2015 году, розничного товарооборота в январе – декабре 2016 г. составил 27,8 млрд. рублей или в сопоставимых ценах 99,5% к уровню января – декабря 2015 г. [3].

Правильная организация оборота наличных денег имеет большое народнохозяйственное значение, так как, во-первых, остатки наличных денег непосредственно влияют на размер денежной массы, во-вторых, от нее зависит скорость обращения денег, и в-третьих, она позволяет снизить издержки обслуживания налично – денежного оборота. Значительного сокращения расходов, связанных с использованием наличных денег можно добиться расширением безналичных расчетов. Проблемы финансового состояния белорусских предприятий оказывают негативное влияние на наличный денежный оборот. Реализация мероприятий по достижению сбалансированности наличных денежных средств с объемами предлагаемых к реализации товаров и услуг населению может быть обеспечена в результате создания благоприятных макроэкономических условий, при эффективном проведении структурных реформ в основных отраслях

экономики, выполнении направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 год.

Список литературы

1. Бюллетень банковской статистики / Нац. банк Республики Беларусь: электрон. ресурс. Режим доступа URL: http://www.nbrb.by/publications/bulletinRegional/Stat_Bulletin_Regional_2016_1.pdf. (дата обращения: 28.02.2017).
2. Основные социально-экономические показатели по Республике Беларусь, областям и городу Минску в январе-декабре 2015 г. // Нац. статист. комитет Республики Беларусь: статист. бюллетень, янв. 2016.
3. Финансовые результаты работы организаций Республики Беларусь в январе 2016 г. / Нац. статист. комитет Республики Беларусь: электрон. ресурс. Режим доступа URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-iokruzhayushchaya-sreda/finansy/operativnayainformatsiya_14/finansovye-rezultaty-raboty-organizatsiy/ (дата обращения – 05.02.2017).

Ю. А. Гридина

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: К. В. Коптева

Комплекс маркетинга в банке

На современном этапе развития экономики происходит настойчивое увеличение и расширение рыночных отношений, неразделимо связаны с укреплением банковской системы, выступающей главным звеном российского рынка.

Маркетинг в банковской среде нацеливается на исследовании рынка кредитных ресурсов, исследование финансового состояния клиентов и моделирование на данной основе перспектив привлечения взносов в банки, перемен в работе банка.

Основные задачи маркетинга в банке:

- обеспечение рентабельной деятельности банка в постоянно меняющихся условиях денежного рынка;
- увеличение ликвидности банка в целях соблюдения запросов кредиторов и вкладчиков, поддержка общественного имиджа банка;
- наиболее высокое удовлетворение интересов клиентов по размеру, структуре и качеству услуг, оказываемых банком. С помощью этого формируются условия для стабильности деловых отношений.

Согласно этим задачам банковский маркетинг определяется на результат высоких количественных, качественных и социальных показателей, таких как: число клиентов банка и их счетов; размер депозитов, кредитных вложений, инвестиций; объемы совершаемых банком действий и услуг; данные прибыли и затрат банка; сроки обработки документов; уровень удовлетворения клиентов согласно размеру, числу и качеству услуг.

Маркетинг в банковской среде нацеливается на исследование рынка кредитных ресурсов, исследование финансового состояния клиентов и моделирование на данной основе перспектив привлечения взносов в банки, перемен в работе банка.

Комплекс маркетинга – важнейшее функциональное звено в банковской сфере. Поэтому существует множество определений разных авторов характеризующих комплекс маркетинга. Некоторые из них рассмотрим в таблице.

Таблица 1

Комплекс маркетинга в трактовке российских экономистов*

Авторы	Трактовка комплекса маркетинга
М. Флинт	Направления конкурентной борьбы, разрабатываемые компанией с целью стимулирования сбыта своих товаров и услуг.
Б. А. Райзберг Л. Ш. Лозовский Е. Б. Стародубцева	Набор поддающихся контролю факторов маркетинга, которые используются фирмой для достижения своих целей.
Ф. Котлер	Это набор средств маркетинга, воздействующих на рынок.
А. Ильин А. Кухарчук	Это формат описания системы принятия решений в маркетинге.
Д. П. Фролов	Набор критически значимых факторов маркетинговой деятельности.

* Разработано автором.

Исходя из таблицы можно сказать, комплекс маркетинга – это возможность совершать наиболее обоснованные решения в сфере управления, более четко показывать потребности, а так же предпочтения покупателей, давать оценку рыночным перспективам продуктов, вносить оценку и увеличивать эффективность продвижения товаров, создавать успешные методы противодействия соперникам [1].

Комплекс маркетинга в банковской сфере включает:

1. Продуктовую политику.
2. Ценовую политику.
3. Сбытовую политику.
4. Коммуникативную политику.

Продуктовая политика является базовой в составе комплекса маркетинга. В ее рамках заключаются соглашения о перечне продуктов и услуг, предлагаемых банком на рынке, об их качественных свойствах и о потребности изменения банковских товаров в связи с фазами их жизненного цикла.

Ценовая политика заключается в установлении и поддержке такого уровня цен на банковские услуги и продукты, которые гарантировали бы приемлемое совмещение доходов и риска на отдельных сегментах рынка. Основной проблемой ценовой политики является увеличение конкурентоспособности банка с помощью исследования и внедрения стратегий по управлению ценообразованием и ценами, соотносящимися с его едиными стратегическими целями.

Сбытовая политика банка подразумевает решение проблем, связанных с доведением банковских услуг и продуктов до конечного клиента. Она направлена на эффективное взаимодействие всех субъектов рынка при удовлетворении потребностей клиентов в банковских услугах определенного количества и качества в конкретное время и в определенном месте.

В рамках коммуникативной политики банк должен принять решение о подходах к формированию рыночного спроса на свои услуги, об их продвижении на рынок, о способах поддержания имиджа, а также о закреплении своих рыночных позиций на основе выделения конкурентных преимуществ в предоставлении банковских услуг и обслуживании клиентов.

Таким образом, принимая во внимание все вышесказанное, можно сделать вывод, что при помощи комплекса маркетинга в банке можно увеличивать области сбыта собственных услуг, которые заинтересовали клиентов во вложение своих сбережений именно в этот банк; эффективно бороться в стремительно обостряющейся конкурентной борьбе на финансовых рынках и изменяющихся отношений между банками и их клиентурой.

Список литературы

1. Курбанова А. А. Маркетинговая стратегия банка // Вопросы структуризации экономики. 2010. - № 3. [Электронный ресурс]. - URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-strategiya-banka> (дата обращения 15.10.2016).
2. Липсица И. В. Маркетинг. Учебник (для бакалавров) [Текст]. Под ред. И. В. Липсица. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 576 с.
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг: Учебник [Текст] // Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.

А. Грошева

Научный руководитель: З. Ф. Байгильдина

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Институт президентства в Российской Федерации

«Глава государства призван цементировать государственную власть, обеспечивать конституционным путем разрешение всех кризисов и конфликтов между органами государственной власти [1]».

Российская Федерация прошла длительный и сложный исторический путь конституционно-правового развития на пути формирования современного демократического и правового государства. После распада в декабре 1991 года Советского Союза наше государство начало строительство новой государственной модели, которая кардинальным образом отличалась от существовавшей в советский период ее развития. *Одной из самых важных задач* было создание новой системы органов государственной власти, которая бы обеспечивала стабильное и поступательное развитие государства. Центральное место в данной системе власти отводилось должности Президента Российской Федерации.

Президент Российской Федерации является главой государства, гарантом Конституции, прав и свобод человека и гражданина.

Базовые черты российского президентства.

Российский институт президентской власти имеет следующие базовые характеристики:

- всеобщие равные прямые альтернативные выборы президента и парламента;
- президент избирается сроком на шесть лет; Президентом РФ может быть избран только гражданин РФ не моложе 35 лет, постоянно проживающий в России не менее 10 лет;
- одно и то же лицо не может занимать должность президента РФ более двух сроков подряд;
- президент является главой государства и гарантом Конституции РФ;
- президент является Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами РФ;
- в случае агрессии против России или непосредственной угрозы агрессии президент вправе вводить на территории РФ военное положение с незамедлительным сообщением об этом палатам Федерального Собрания РФ;
- президент в установленном Конституцией РФ порядке принимает меры по охране суверенитета РФ, ее независимости и государственной целостности; определяет основные направления внутренней и внешней политики;
- президент назначает с согласия Государственной Думы Председателя Правительства РФ и утверждает структуру федеральных органов власти;
- правительство несет двойную ответственность перед парламентом и президентом, но решение об отставке правительства принимает президент;
- президент назначает выборы в Государственную Думу и вправе распустить ее в случаях и порядке, предусмотренных Конституцией РФ;
- президент вносит законопроекты в Государственную Думу; федеральные законы вступают в силу после подписания их президентом;
- указы президента имеют силу закона;
- президент имеет право отлагательного вето на законопроекты парламента;
- у парламента и президента разные сроки деятельности: пять и шесть лет соответственно;
- президент прекращает исполнение полномочий досрочно в случае его отставки, стойкой неспособности по состоянию здоровья осуществлять полномочия или в результате отрешения от должности (импичмента). Конституция РФ дает четкое понимание процедуры импичмента. Президент может быть отрешен от должности Советом Федерации только на основании выдвинутого Государственной Думой обвинения в государственной измене или совершении иного тяжкого преступления, подтвержденного заключением Верховного Суда РФ о наличии в действиях Президента РФ признаков преступления и заключением Конституционного Суда РФ о соблюдении установленного порядка выдвижения обвинения (ст. 93).

В России институт президентства был учрежден 17 марта 1991 года в результате проведения всеобщего референдума. Основы правового статуса главы государства определялись Законами РСФСР «О выборах Президента РСФСР» и «О Президенте РСФСР» [2]. Первым Президентом Российской Федерации 12 июня

1991 года был избран Борис Николаевич Ельцин, который вступил в должность 10 июля 1991 года.

12 декабря 1993 года в результате всеобщего голосования была принята ныне действующая Конституция РФ, которая в главе 4 закрепила конституционно-правовое положение Президента Российской Федерации в системе органов высшей государственной власти. В тот же период остальные нормативно-правовые акты, действовавшие в России до принятия Конституции, были приведены в соответствие с ней [3]. Глава 4 Конституции зафиксировала широкие полномочия главы государства по реализации политики государства, что способствовало созданию в нашей стране благоприятных условий для преодоления экономического кризиса начала 90-х годов и построения обновленной системы государственного управления.

Первый Президент России занимал свою должность с 10 июля 1991 года по 31 декабря 1999 года. 31 декабря 1999 года Борис Николаевич Ельцин объявил о своей досрочной отставке с поста Президента РФ, передав в соответствии со статьей 92 Конституции РФ свои полномочия председателю правительства РФ. С 7 мая 2000 года по 7 мая 2008 года должность Президента РФ занимал Владимир Владимирович Путин.

В период пребывания Владимира Путина на должности Президента РФ были предприняты существенные усилия по укреплению системы государственной власти и стабилизации внутренней обстановки в нашей стране. В частности, положительным моментом можно считать внесение изменений и дополнений в законодательство о порядке назначения на должность глав субъектов РФ, согласно которым кандидатуры последних стали утверждаться и наделяться властными полномочиями высшими органами законодательных (представительных) органов государственной власти субъектов России по представлению Президента [4]. Помимо политической системы, в указанное время удалось укрепить и усовершенствовать экономическую и социальную систему государства, значительно поднять уровень жизни населения, улучшить демографическую ситуацию.

С 7 мая 2008 года по 7 мая 2012 г. должность Президента России занимал Дмитрий Анатольевич Медведев, который продолжил курс своего предшественника на последовательное развитие нашего государства. Сам институт президентства также был усовершенствован. Так, в соответствии с ФКЗ РФ от 30 декабря 2008 года № 6 – ФКЗ «Об изменении срока полномочий Президента Российской Федерации и Государственной Думы», срок полномочий Президента РФ был увеличен с четырех до шести лет. Увеличение срока полномочий главы государства, бесспорно, выступает в качестве позитивного момента модернизации политической системы России.

Россия представляет собой государство с огромной территорией, в том числе большим количеством сложно доступных населенных пунктов, поэтому только для того, чтобы объехать всю Российскую Федерацию и познакомиться на местах с проблемами отдельных населенных пунктов, Президенту требуется значительное время. В связи с указанными обстоятельствами предоставление последнему большего запаса времени для реализации своих полномочий является необходимым условием повышения эффективности его деятельности. Более того,

внесение подобной поправки в Конституцию повысили стабильность нашей политической системы, а также рентабельность бюджетных расходов, позволив сэкономить немалые суммы бюджетных средств за счет увеличения временных периодов между выборами Президента России.

С 7 мая 2012 года по настоящее время должность Президента России занимает Путин Владимир Владимирович. За последние годы наша страна сильно преобразилась. В РФ сформировалась стабильная политическая система, развивается экономика, растут стандарты жизни и социального обеспечения жителей государства. Усиление системы государственной власти породило отлаженный механизм деятельности государственной власти, который обеспечивает взаимодействие всех ее составных частей в интересах государства и общества.

Список литературы

1. Баглай М. В. Конституционное право Российской Федерации. - М.: Норма, 2007. - С. 451.

2. Закон РСФСР от 24 апреля 1991 года № 1096 – 1 «О выборах Президента РСФСР» // Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 17. Ст.110; Закон РСФСР от 24 апреля 1991 года № 1098 – 1 «О Президенте РСФСР» // Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 17. Ст. 512.

3. См.: Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 1993 года № 2288 «О мерах по приведению законодательства Российской Федерации в соответствие с Конституцией Российской Федерации» // Российская газета. 14 января 1994 года. № 11.

4. См.: ФЗ РФ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс.

В. Денисова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
Научный руководитель: З. Ф. Байгильдина

Управление земельными ресурсами муниципального образования

Конституцией Российской Федерации установлено, что земля и другие природные ресурсы могут находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности.

Муниципальное образование – городское или сельское поселение, либо его часть, в границах которого осуществляется местное самоуправление, формируется бюджет и проходят выборы в местное самоуправление.

Муниципальная собственность – имущество, в том числе и земля, принадлежащее муниципальному образованию на праве собственности.

Муниципальные земли образуются путем вычитания земель федеральной собственности и собственности граждан. В земельный фонд муниципального образования могут передаваться земли, находящиеся в государственной собственности.

Муниципальные образования, как и государство, физические и юридические лица, вправе быть участниками земельных отношений, что, в свою очередь, является гарантом эффективного и рационального использования земельных ресурсов, охраны прав на землю, сохранения плодородия, защиты окружающей среды, равноправного развития различных форм хозяйствования.

Земля является одним из важнейших экономических ресурсов муниципального образования и имеет двойственную природу. С одной стороны, это природный ресурс и физическая подоснова городской (сельской) планировки. С другой стороны, это стоимость. В зарубежных странах платежи за пользование землей составляют значительную долю финансовых ресурсов муниципалитетов. В России отношение к земле как к стоимости пока только формируется, а доля доходов от ее использования (земельный налог и арендная плата) не превышает 4–5% доходов местных бюджетов.

Цели и задачи отражают состояние земельных ресурсов и перспективы их использования при управлении земельными ресурсами муниципальным образованием (рис. 1).

Для достижения рационального и эффективного использования и охраны земли местное самоуправление наделяется полномочиями в области использования земли и других природных ресурсов (рис. 2).

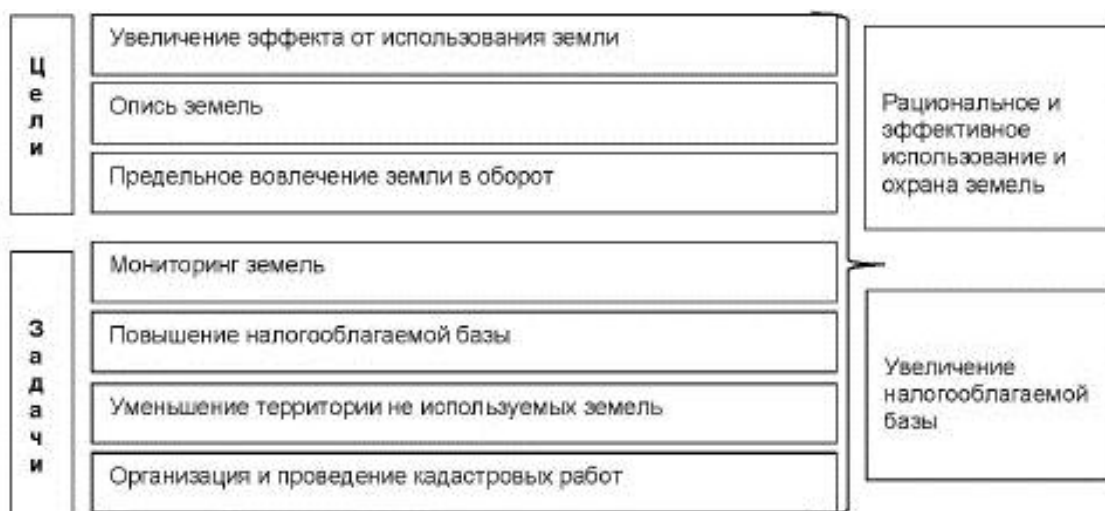


Рис. 1. Цели и задачи управления земельными ресурсами



Рис. 2. Полномочия органов местного самоуправления в области использования земли и других природных ресурсов

Согласно статьи 11 п. 1 Земельного Кодекса, «к полномочиям органов местного самоуправления в области земельных отношений относятся резервирование земель, изъятие земельных участков для муниципальных нужд, установление с учетом требований законодательства Российской Федерации правил землепользования и застройки территорий городских и сельских поселений, территорий других муниципальных образований, разработка и реализация местных программ использования и охраны земель, а также иные полномочия на решение вопросов местного значения в области использования и охраны земель».

В Федеральном законе № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» сказано, что местное самоуправление может вводить дополнительные меры для контроля использования земельных ресурсов. Для этих целей они сотрудничают с органами государственного земельного контроля, проводят мониторинг земель. Контроль за состоянием земель - одна из главных функций муниципальных образований. Основные направления управления земельными ресурсами муниципального образования представлены на схеме (рис. 3).



Рис. 3. Основные направления управления земельными ресурсами муниципального образования

Несмотря на основные направления, созданные для рационального использования земли, в стране остаются проблемы в данной области: несовершенное законодательство, отсутствие оборотоспособности земли, недостаток специалистов, устаревшие данные.

Проблемы в управлении земельными ресурсами:

- отсутствие единых методик оценки земельных участков;
- непрозрачность процедур управления землей;
- длительные сроки рассмотрения заявок;
- кадровые проблемы;
- длительное неосвоение земельных участков, предоставленных для индивидуального жилищного строительства;
- малоэффективное использование земель.

В процессе использования земли пользователи могут нанести ей ущерб, такой, как захламливание, нарушение плодородия, деградацию, поэтому органы местного самоуправления обязаны проводить проверки и применять к нарушителям санкции. В этом случае лицо, совершившее виновное деяние, помимо наказания, обязано своими силами восстановить функции почвы. Необходимо отметить, что, помимо мер наказания, есть поощрительные, например льготы, которые позволяют уменьшить размер налогообложения для категории граждан, установленных в соответствии с земельным законодательством.

На сегодняшний день земля перестала быть только пространственным базисом и средством жизнедеятельности людей, она стала объектом рыночных отношений. Эти отношения требуют от государства, его регионов и муниципальных образований улучшения системы управления земельными ресурсами, совершенствования методик, создавая предпосылки для дальнейшего развития страны.

В процессе управления земельными ресурсами органами исполнительной власти все задачи реализуются через мероприятия или другие функции, которые позволяют увеличить налогооблагаемую базу, создать условия для внедрения оборота земель. Экономическое стимулирование землевладельцев, например такое, как временное освобождение от платы за землю, за улучшение состояния земельных ресурсов, может привести к повышению плодородия почвы, рекультивации земель. Для обеспечения данных мероприятий должны правильно определить наиболее эффективное направление.

И. А. Дорош

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

Научный руководитель: В. А. Пархименко

Маркетинговые интернет-технологии как платформа развития малого бизнеса в Республике Беларусь

Использование маркетинговых интернет-технологий во многом определяет эффективность современного малого бизнеса в Республике Беларуси для продвижения товаров и услуг на рынок. Их внедрение в деятельность компаний выводит организации на качественно новый уровень, который позволяет детально изучать поведение потребителя и осуществлять текущий мониторинг конъюнктуры рынка.

По данным пресс-релиза Международного союза электросвязи от 22.07.2016, количество пользователей Интернета в мире составляет 3,5 миллиарда человек. В период с 2000 по 2015 год удельный вес пользователей интернета увеличился почти в 7 раз – с 6,5 до 43% мирового населения. Что касается Республики Беларусь, государство занимает 25 позицию по количеству абонентов стационарного широкополосного доступа [1]. Согласно данным медиа исследования *gemius Audience*, в августе 2016 г. интернет-аудитория РБ в возрасте 15-74 лет достигла 5,8 млн человек, что на 18% больше, чем в 2014 г. [2].

Набирает обороты и использование Интернета белорусскими компаниями. В настоящее время на территории республики зарегистрированы 5817 интернет-магазинов – в 1,5 раза больше по сравнению с 2010 годом. Динамика роста объемов продаж товаров через интернет-магазины по г. Минску за последние 3 года, позволяют спрогнозировать дальнейший рост продаж не менее чем в 1,5 раза и увеличении доли в товарообороте до 5%.

Анализ тенденций и динамики развития медиа-рынка в Республике Беларусь за 2005–2015 гг., проведенный исследовательской компанией *Vondel Media*, показал высокие темпы роста интернет-маркетинга в медиа-миксе (в 2005 г. – 1%, в 2010 г. – 8% и в 2015 г. – 22%), при значительном снижении доли ТВ рекламы и рекламы в прессе [3]. Вместе с медийной и контекстной рекламой, доля маркетинговых интернет-технологий в 2015 году составила 28%. Мобильная и видеореклама являются относительно новыми направлениями интернет-маркетинга в Республике Беларусь, однако их доля по прогнозам возрастет в 2017 году до 5% и 10% соответственно.

Основным способом продвижения компаний малого бизнеса в Интернете и является сайт. Согласно результатам опроса белорусского медиа агентства *NetPeak* в 2015 году, было определено, что наибольшим доверием среди всех маркетинговых интернет-технологий пользуется именно сайт компании (68% опрошенных). Далее следуют e-mail рассылки (54%), контекстная реклама (42%), видеореклама (37%), баннерная (32%) и мобильная реклама (24%). Это обуславливает активное использование всех перечисленных инструментов белорусскими компаниями.

SEO-продвижение представляет собой попадание сайта компании в верхние строчки выдачи поисковых систем посредством оптимизации сайта. Чем выше

позиция сайта в поисковике, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него, покупая товары/услуги компании. Именно поэтому малый бизнес в РБ заинтересован в разработке сайта с эргономичным интерфейсом, полезным содержанием, чтобы подстроиться под алгоритмы поисковых машин, а также привлечь пользователей посетить этот сайт.

Считается, что e-mail маркетинг в Беларуси слабо распространен. Много внимания этому каналу уделяют только крупные компании – oz.by, 21vek.by, wildberries.by, lamoda.by. А на сайтах малого бизнеса даже если стоит форма подписки, то часто не работает и адреса уходят «в никуда». Но в e-mail рассылках есть большой потенциал: в среднем при доле трафика на сайте в 6,48%, доля дохода от e-mail маркетинга составляет 12%, что свидетельствует о его дееспособности в белорусских реалиях компаний малого бизнеса [4].

В Беларуси доля инвестиций в контекстную рекламу в 2015 году составила 54 % всех инвестиций в интернет-рекламу [3]. Это обусловливается, в первую очередь, высокой посещаемостью поисковых систем, таких как Google и Yandex (они занимают 1 и 4 места соответственно в топ-30 самых посещаемых сайтов в Беларуси в 2016 году).

Видеореклама в Беларуси является одним из наиболее дорогих маркетинговых интернет-инструментов. Прогнозируемые показатели развития видеорекламы в структуре интернет-рекламы РБ позволяет судить о ее перспективности развития: в 2011 году доля видео-рекламы составляла менее 0,1%, в 2014 году составила 2%, а к 2017 году ее доля прогнозируется на уровне 10% [3].

21% от общего объема рынка Интернет-рекламы в Республике Беларусь приходится на баннерную рекламу. Однако в последние два года рост ее использования прекратился; более того, в 2015 году использование баннеров для продвижения бизнеса в Беларуси упало на 40% [3]. В то же время, сравнительный анализ статистики посещения интернет-сайтов по показателю «количество уникальных посетителей» свидетельствует о высокой эффективности использования баннерной рекламы в Беларуси.

Что касается мобильной рекламы, то онлайн-шоппинг очень часто осуществляется через использование мобильных устройств: 89% интернет-пользователей Беларуси заходят в Интернет за покупками со смартфона так же часто, как и с персонального компьютера. Более того, 68% зрителей ТВ-передач предпочитают смотреть их именно с мобильных устройств [5].

Кроме вышеперечисленных маркетинговых технологий, значительную роль в развитии малого бизнеса РБ в Интернете играет SMM-маркетинг. Facebook, Twitter, Vkontakte и другие соцсети рассматриваются как социальные интернет-площадки с возможностью показа интернет-рекламы широким слоям населения.

К наиболее активно применяемым в малом бизнесе инструментам следует отнести продвижение тематических сообществ; продвижение через мобильные приложения в соцсетях; интеграция сайта фирмы с социальными сетями; создание собственных хэштегов; продвижение корпоративных блогов с SMO-оптимизацией; проведение вебинаров и интерактивного консалтинга в Skype; проведение таргетированной рекламы. Исследователи часто полагают, что конверсия от социальных сетей намного выше, чем от других маркетинговых инструментов. Однако согласно исследованиям рекламного агентства Monetate в 2013 году, глубина

просмотров визитеров по e-mail рассылкам и поисковым системам составляет 9,02, в то время как у социальных сетей – 4,6 [6]. Во многом, это объясняется определенным недоверием со стороны белорусских интернет-пользователей к социальным сетям как к надежным и достоверным источникам информации.

Таким образом, современные маркетинговые интернет-технологии направлены на комплексное изучение целевой аудитории, что позволяет белорусским компаниям сферы малого бизнеса более эффективно проводить рекламные кампании и маркетинговые исследования.

Список литературы

1. Электронная Беларуси и Е-правительство [Электронный ресурс]. - URL: <http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respublike-belarus-na-2016-2022-gody> (дата обращения - 31.01.2017).
2. Топ-30 сайтов белорусского интернета в августе 2016 [Электронный ресурс]. - URL: <http://marketing.by/analitika/top-30-saytov-belorusskogo-interneta-v-avguste-2016/> (дата обращения - 05.02.2017).
3. Обзор рекламного рынка Беларуси в 2015 году [Электронный ресурс]. - URL: <http://marketing.by/analitika/obzor-reklamnogo-rynka-belarusi-v-2015-godu-prognozy-na-2016-god/> (дата обращения - 10.02.2017).
4. E-mail маркетинг реально работает [Электронный ресурс]. - URL: <https://probusiness.by/experience/1630-e-mail-marketing-realno-rabotaet-vot-vam-primer.html> (дата обращения – 10.02.2017).
5. Как белорусы выходят в сеть [Электронный ресурс]. – URL: <http://marketing.by/analitika/kak-belorusy-vykhodyat-v-internet-i-chto-tam-delayut-dannye-google-za-2016-god/> (дата обращения - 12.02.2017).
6. Ecommerce Quarterly EQ1 [Электронный ресурс]. - URL: http://resources.monetate.com/ios/images/profile/real_images/99244906icon99244906.pdf (дата обращения - 12.02.2017).

Л. Ж. Дубовицкая

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
Научный руководитель: М. Н. Козин

Эффективное управление денежными потоками как главный фактор успешного развития предприятия

Деятельность любых коммерческих организаций является важной предпосылкой возникновения движения денежных средств. Непрерывное движение денежных средств организации во времени принято считать денежными потоками.

Для наиболее результативного управления денежными потоками необходимо четкое представление сути их классификационных групп. Проблемой классификации денежных потоков среди российских экономистов занимались И. А. Бланк, А. Д. Шеремет, И. Д. Кузнецова, А. В. Кеменов, Л. Т. Гиляровская, Н. Н. Никулина, Д. В. Суходоев, Н. Д. Эриашвили, Е. Г. Жулина, Н. А. Иванова и другие.

Движение денежных средств представляет собой их поступление или выбытие в виде притока или оттока денежных средств.

Особое значение для оценки движения денежных средств имеет деление денежных потоков на положительный денежный поток (приток денежных средств), который характеризуется поступлением денежных средств, и на отрицательный денежный поток (отток денежных средств), отражающий их выбытие.

Деление денежных потоков на положительный и отрицательный денежные потоки позволяет понять природу такого важнейшего показателя денежных средств, как чистый денежный поток, который определяется как разница между положительным (притоком) и отрицательным (оттоком) денежными потоками [2, с. 385].

Некоторые авторы, на наш взгляд, ошибочно указанную разницу определяют как денежный поток. Так, А. М. Ковалева отмечает, что денежный поток одной операции (одной сделки) или целой организации представляет собой деньги, которые остаются в организации, то есть это разница между приходом и расходом денежных средств в результате одной или всех операций [3, с. 256].

Аналогичной точки зрения придерживаются В. Б. Безруков, В. М. Семенов и др. Такая трактовка денежного потока важна, но она характеризует новый качественный аспект денежного потока, а именно: чистую его форму, которую необходимо наполнить иным содержанием, чем содержание денежных потоков (притока и оттока), и от которого в свою очередь напрямую зависит правильная оценка денежных потоков как в целом, так и в разрезе его составляющих, а соответственно, и оценки финансового состояния организаций и ее финансовых результатов [6, с. 243].

Таким образом, для оценки денежных потоков целесообразно выделить самостоятельный показатель «чистый денежный поток», который представляет собой экономическую категорию, характеризующую разницу между отрицательным и положительным денежными потоками, и чистому денежному потоку должен быть противопоставлен валовой денежный поток, который характеризует всю совокупность поступлений или расходования денежных средств в рассматриваемом периоде времени в разрезе отдельных его интервалов.

В зависимости от соотношения объемов валового положительного и валового отрицательного денежных потоков сумма чистого денежного потока может характеризоваться как положительной, так и отрицательной величинами, определяющими конечный результат соответствующей хозяйственной деятельности организации и влияющими в конечном итоге на формирование размера остатка ее денежных средств. При этом важно учитывать внутреннее содержание чистого денежного потока, непосредственно зависящее от количественной оценки его составляющих.

Превышение положительного денежного потока над отрицательным дает показатель положительного чистого денежного потока и, соответственно, обратное его выражение представляет собой показатель отрицательного чистого денежного потока.

В своих работах такие экономисты, как А. З. Бабылева, И. М. Волков, М. В. Грачева и Э. А. Уткин, утверждают, что «кэш фло» равняется сумме прибыли и амортизационных отчислений [1, с. 116]. Ввиду того, что чистый денежный поток

делится на положительный и отрицательный, чистые денежные потоки, по нашему мнению, неправомерно считать основными составляющими чистого денежного потока только чистую прибыль, остающуюся у организации после уплаты налогов, и амортизационные отчисления. Эти составляющие характеризуют исключительно положительный чистый денежный поток, потому чистая прибыль никак не может характеризовать показатель отрицательного чистого денежного потока. При этом в чистый денежный поток может включаться лишь монетарное (денежное) содержание чистой прибыли. Что же касается амортизационных отчислений, то они также могут включаться только в положительный чистый денежный поток по принципу односторонней связи (т.к. амортизационные отчисления начисляются, но не направляются в расход). Отрицательный же чистый денежный поток в аспекте структурно-содержательной характеристики должен включать непокрытый убыток и при этом начисленные амортизационные отчисления должны его корректировать в сторону уменьшения.

Ряд отечественных экономистов помимо чистой прибыли и амортизационных отчислений в содержание чистого денежного потока включают и денежные запасы, т.е. неиспользованные денежные средства, образованные в рассматриваемый период времени [5, с. 432]. Это недостаточно верно, т.к. указанные денежные запасы, исходя из их экономического смысла, уже учтены в составе чистой прибыли, сформированной в денежном (монетарном) выражении, а следовательно, опосредованно вошли в состав положительного чистого денежного потока. В составе же отрицательного чистого денежного потока им места нет.

Анализируя структуру чистого денежного потока, отечественные экономисты основное внимание уделяют различным содержательным аспектам этой экономической категории, при этом практически игнорируя его оценочный аспект [7, с. 128]. Однако именно он позволяет наиболее верно определить размер чистого денежного потока, выявить влияние на него дополнительных факторов, рассчитать резервы его роста и др.

Обзор экономической литературы показал, что денежный поток относится к тем немногим категориям, которые обладают многочисленными классификационными признаками. В большинстве экономических исследований, посвященных денежным потокам, приоритет отдается сбору максимально возможного количества классификационных признаков.

Так, кандидат экономических наук А. В. Кеменов в своей работе для наиболее комплексного исследования денежных потоков расширил существующие классификации отечественных авторов до девятнадцати классификационных признаков [4, с. 13–24].

Очевидным недостатком данного подхода, по нашему мнению, является то, что некоторые классификации вызывают сомнения относительно их применимости к действительности. К таковым относится классификация по вариативности, предполагающая деление на стандартные и нестандартные денежные потоки. Стандартными являются денежные потоки, направленность которых меняется не более одного раза, нестандартными - денежные потоки, направленность которых меняется более одного раза. Очевидно, что на практике затруднительно привести примеры таковых, исключение составляют денежные потоки при реализации инвестиционных проектов.

Разграничение денежных потоков по возможности обеспечения платежеспособности на ликвидные и неликвидные также не во всех случаях применимо на практике. Так как денежный поток в целом по предприятию всегда будет ликвидным, то понятие ликвидности денежного потока применимо исключительно к денежным потокам по видам деятельности предприятия.

Некоторые классификационные признаки дублируют друг друга. Например, очевидно пересечение классификаций по предсказуемости и возможности регулирования.

Множество классификационных признаков данной категории, как и разные взгляды на их толкование, затрудняют выделение существенных характеристик денежных потоков.

Выявление таких признаков определяется необходимостью систематизации наработок в данной сфере для отечественных экономистов-практиков. Чтобы разграничить классификационные признаки четко на две категории, необходимо в первую очередь определить условия, по которым классификационные критерии могут быть разделены на две группы.

На наш взгляд, главные, или основные, классификационные признаки должны отвечать следующим требованиям:

- практическая значимость – это, пожалуй, важнейший критерий для обозначения главных классификационных признаков;
- возможность точного измерения денежных потоков в рамках той или иной классификации – иначе говоря, объем денежного потока должен быть достоверно оценен;
- общепризнанность классификационной характеристики, то есть классификационный признак не должен вызывать разночтений.

Все остальные критерии могут быть отнесены к дополнительным признакам.

Классификация денежных потоков предприятия по основным и второстепенным признакам представлена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация денежных потоков организации по основным и второстепенным признакам

Основные признаки классификации денежных потоков предприятия	Виды денежных потоков предприятия
1. По масштабам обслуживания хозяйственного процесса	Денежный поток по организации в целом Денежный поток по отдельным структурным подразделениям («центрам ответственности») организации Денежный поток по отдельным хозяйственным операциям
2. По видам хозяйственной деятельности	Денежный поток от операционной деятельности Денежный поток от инвестиционной деятельности

	Денежный поток от финансовой деятельности
3. По направленности движения денежных средств	Положительный денежный поток Отрицательный денежный поток
4. По методу исчисления объема денежного потока	Валовой денежный поток Чистый денежный поток Свободный денежный поток
5. По характеру денежного потока по отношению к организации	Внутренний денежный поток Внешний денежный поток
6. По уровню достаточности объема денежного потока	Избыточный денежный поток Дефицитный денежный поток Оптимальный
7. По уровню сбалансированности объемов взаимосвязанных денежных потоков	Сбалансированный денежный поток Несбалансированный денежный поток
8. По формам используемых денежных средств	Наличный денежный поток Безналичный денежный поток
9. По предсказуемости возникновения	Полностью предсказуемый денежный поток Недостаточно предсказуемый денежный поток Непредсказуемый денежный поток
10. По методу оценки во времени	Настоящий денежный поток Будущий денежный поток
11. По непрерывности формирования в рассматриваемом периоде	Регулярный денежный поток Дискретный денежный поток
Второстепенные признаки классификации денежных потоков предприятия	Виды денежных потоков предприятия
1. По вариативности направленности движения денежных средств	Стандартный денежный поток Нестандартный денежный поток
2. По периоду времени	Краткосрочный денежный поток Долгосрочный денежный поток
3. По виду используемой валюты	Денежный поток в национальной валюте Денежный поток в иностранной валюте
4. По значимости в формировании конечных результатов хозяйственной деятельности	Приоритетный денежный поток Второстепенный денежный поток
5. По возможности регулирования в процессе управления	Денежный поток, поддающийся регулированию Денежный поток, не поддающийся регулированию
6. По возможности обеспечения платежеспособности	Ликвидный денежный поток Неликвидный денежный поток

7. По законности осуществления	Легальный денежный поток Теневой денежный поток
8. По стабильности временных интервалов формирования регулярных денежных потоков	Регулярный денежный поток с равномерными временными интервалами Регулярный денежный поток с неравномерными временными интервалами

Следует отметить, что с развитием исследований в данной области перечень главных и дополнительных характеристик денежных потоков может быть дополнен.

Ввиду того, что определение денежного потока предприятия акцентирует внимание на видах деятельности предприятия, то и понятие управление денежными потоками рассматривается в данном контексте.

Таким образом, управление денежными потоками предприятия представляет собой процесс принятия решений, связанных с формированием и распределением денежных средств предприятия по направлениям его деятельности.

Список литературы

1. Финансовый менеджмент. Проблемы и решения [Текст]: учебник для магистров / Под ред. А. З. Бобылевой. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 903 с.
2. Гиляровская, Л. Т. Экономический анализ [Текст]: учебник для вузов / Л. Т. Гиляровская, Г. В. Корнякова, Н. С. Пласкова, Г. Н. Соколова, Т. А. Пожидаева, Д. А. Ендовицкий; под ред. Л. Т. Гиляровской. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.
3. Финансовый менеджмент: Учебник / Под ред. А. М. Ковалевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 336 с.
4. Кеменов, А. В. Управление денежными потоками [Текст]: учебное пособие / А. В. Кеменов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 167 с.
5. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник / Г. В. Савицкая. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Минск: РИГТО, 2012. – 367 с.
6. Экономика предприятия: учебник для вузов / под ред. В. М. Семенова. – 5-е издание. – СПб.: Питер, 2008. – 413 с.
7. Грачева, М. В. Экономика и управление [Текст]: учебное пособие / М. В. Грачева, И. М. Волков и др.; под ред. М. В. Грачевой. – М.: МАКС Пресс, 2011. – 252 с.

Проблемы дифференциации доходов российского населения

Современная Россия характеризуется макроэкономической нестабильностью, поэтому проблема дифференциации доходов является особенно актуальной. В настоящее время в РФ разрыв в доходах населения весьма значительный. Данные Росстата свидетельствуют о том, что за последние несколько лет снизилась реальная заработная плата и пенсии, возросла численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума.

Таблица 1

Основные социально-экономические индикаторы уровня жизни населения России за 2011-2015 гг.¹

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
Прожиточный минимум в среднем на душу населения, рублей в месяц	6369	6510	7306	8050	9701
Численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума в процентах от общей численности населения	12,7	10,7	10,8	11,2	13,3
Децильный коэффициент фондов, в разах	16,2	16,4	16,3	16,0	15,6
Коэффициент Джинни (индекс концентрации доходов)	0,417	0,420	0,419	0,416	0,412

В сентябре 2016 года среднедушевые доходы населения составили 30125 рублей, что в реальном выражении соответствует 97,2% от уровня доходов в сентябре предыдущего года и 91,3% от уровня сентября 2014 года. Сентябрь 2016 года стал двадцать третьим подряд месяцем сокращения реальных доходов граждан и по сравнению с октябрем 2014 года последним периодом роста реальных доходов – падение составило 14%. Сохраняется достаточно высокий уровень таких показателей, как децильный коэффициент фондов (показывает отношение среднего уровня доходов 10% самых богатых граждан к среднему уровню доходов 10 % самых бедных) и коэффициент Джинни (определяет степень отклонения распределения доходов по группам населения от равномерного). В сентябре, по сравнению с летними месяцами, уровень бедности, измеренный по субъективным оценкам населения, существенно не изменился. Доля респондентов, характеризующих материальное положение своей семьи как плохое или очень

¹ Россия и страны мира – 2016 г. / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс].
Режим доступа – <http://www.gks.ru/>

плохое, составила 22%, доля населения, у которого денег недостаточно для приобретения одежды или продуктов питания, - 41%.²

По классификации Организации экономического сотрудничества и развития Россия однозначно относится к странам с высокой степенью неравенства. Сложившаяся сегодня в России модель социального расслоения характеризует в высшей степени дифференцированное общество. Для сравнения самый низкий децильный коэффициент наблюдается в скандинавских странах - Дании, Финляндии и Швеции (на уровне 3-4). В Германии, Австрии и Франции этот коэффициент варьируется в пределах 5 - 7-кратного разрыва. В США он находится в районе 10-12³.

На процесс дифференциации доходов влияет много различных факторов. В целом, факторы, формирующие доходы населения, могут быть трех уровней:

1. Факторы, зависящие от самого человека, его человеческого капитала и трудового потенциала (образования, квалификации, опыта и пр.).

2. Факторы, связанные с трудовой деятельностью человека; с той отраслью, в состав которой входит его предприятие, фирма.

3. Факторы, связанные с экономикой страны в целом и региональной экономикой: экономическим потенциалом, эффективностью общественного производства, величиной валового национального продукта и национального дохода.

Дифференциация доходов в России во многом зависит от происходящих изменений в структуре денежных доходов населения. Экономический рост и улучшение ситуации на рынке труда, повышение уровня доходов пенсионеров, несомненно, могут создать предпосылки для снижения общего уровня социального расслоения. В то же время дальнейшее развитие процессов приватизации и коммерциализации будет способствовать увеличению доходов от собственности, для которых характерна высокая дифференциация в условиях рыночной экономики. В этом случае важную роль приобретают активное проведение государством перераспределительных мер, государственное регулирование рынка труда.

Говоря о проблеме уменьшения неоправданной дифференциации доходов населения России и социального расслоения общества, следует отметить, что основной предпосылкой успешного решения проблемы является дальнейший поступательный рост российской экономики, причем не столько за счет сырьевого сектора, сколько путем развития обрабатывающей промышленности, конкурентоспособных наукоемких производств, сельского хозяйства и сферы услуг в отечественной экономике.

Список литературы

1. Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие. Мониторинг НИУ ВШЭ. Октябрь 2016 / Под ред. Л. Н. Овчаровой. – М.: НИУ ВШЭ, 2016.

² Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие. Мониторинг НИУ ВШЭ. Октябрь 2016 / под ред. Л.Н.Овчаровой. –М.: НИУ ВШЭ, 2016.

³ Список стран по показателям неравенства доходов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>

2. Россия и страны мира – 2016 г. / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.gks.ru/>.

3. Список стран по показателям неравенства доходов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>.

У. Егорова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: Е. В. Новикова

Молодежная безработица в России

Актуальность исследования обусловлена противоречивым положением молодежи на рынке труда: с одной стороны, существует высокая потребность в молодежном труде, с другой стороны - уровень молодежной безработицы остается очень высоким. Безработица среди молодежи – общемировая проблема. Так, уровень молодежной безработицы в развитых странах за последние годы составил 18,1%. В таких странах, как Греция, Испания, более половины экономически активной молодежи является безработной. По прогнозным оценкам данный показатель, несмотря на региональные различия, имеет тенденцию к росту и к 2018 г. составит 12,8% [1, с. 1]. В развивающихся странах вероятность стать безработными у молодых людей намного выше, чем в развитых. Важно отметить, что молодежь в этих странах составляет большую долю в общей численности рабочей силы, чем в развитых странах. Это свидетельствует о наличии постоянной безработицы, распространении временной занятости молодежи, невысоком качестве рабочих мест, доминировании неформального типа занятости и пр. Рассмотрим следующие интересующие в рамках исследования аспекты: (1) понятие безработицы; (2) возрастной состав молодежи; (3) причины низкой конкурентоспособности молодежи на рынке труда. Авторы современных учебников по экономике труда квалифицируют безработицу как состояние экономически активной части населения, характеризующееся отсутствием у людей наемной работы или легитимного доходного занятия при наличии желания иметь такое занятие (работу) и ее активного поиска [5, с. 157]. Понятие «безработный» неодинаково трактуется в Законе о занятости населения Российской Федерации и по методологии Международной организации труда. Согласно Международной организации труда, которой придерживается Росстат, к безработным относятся лица 16 лет и старше, которые: не имели доходного занятия; занимались поиском работы; готовы приступить к работе; обучались по направлению службы занятости; являлись учащимися, студентами, пенсионерами и инвалидами, занимающимися поисками работы и готовыми приступить к ней. Состав безработных формируют лица, не занятые трудовой деятельностью, которые зарегистрированы в службе занятости в качестве ищущих работу. В российском законодательстве безработные квалифицируются как трудоспособные граждане, которые: имеют работу и заработок; занимаются поиском работы; готовы приступить к ней; зарегистрированы в службах занятости в целях поиска работы [3]. Основные

различия в трактовке понятия «безработный» в Законе о занятости населения Российской Федерации и в определении категории безработного по методологии Международной организации труда состоят в следующем. В соответствии с Законом о занятости населения Российской Федерации: (1) к безработным относятся только те трудоспособные граждане, которые не имеют работу и заработка, ищут работу и готовы к ней приступить; которые зарегистрированы в службе занятости; (2) не признаются безработными граждане, которым назначена пенсия по старости, в том числе досрочно, а также некоторым другим категориям граждан. Далее рассмотрим состав молодежи. Молодежь до 25 лет среди безработных составляет 23% (в январе 2015 г.), в том числе в возрасте 16–20 лет - 28,2%, 20–24 лет - 14,0%. Высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 16–20 лет (28,2%) и 20–24 лет (14%). В среднем уровень безработицы среди молодежи в возрасте 16–24 лет в январе 2015 г. составил 15,1% [6]. Скрытая безработица среди молодежи не дает реальной картины молодежной безработицы. Как утверждают специалисты, молодые люди отдают предпочтение самостоятельному поиску работы, прибегая к помощи знакомых, СМИ, обращаясь в кадровые агентства. В центры занятости молодежь обращается крайне редко. Молодежь на рынке труда включает в себя три группы: (1) в возрасте от 16 до 20 лет; (2) в возрасте 20–24 лет и (3) в возрасте 25–29 лет [2, с. 19]. Причины низкой конкурентоспособности каждой группы молодежи различны. Учеными выделяют несколько системных причин [4, с. 55]: (1) асимметрия информации; структурное несоответствие параметров предложения труда молодых работников и спроса на труд; (2) отсутствие опыта; (3) недостаточная интегрированность в профессиональные сети; внутренние рынки труда. Выделим причины, объясняющие уязвимое положение молодежи на рынке труда каждой возрастной группы. В частности, наиболее уязвимыми являются молодые люди, относящиеся к первой группе, которые к моменту выхода на рынок труда не имеют стажа работы, получив среднее общее образование. Необходимо отметить, что значительная доля молодых людей этой группы не планирует повышать уровень образования, что объясняется их тяжелым материальным положением [2, с. 19]. Нередко трудовые отношения подростками не оформляются. Они работают, главным образом, на условиях непостоянной занятости, в том числе разовой, в ночное время и пр., откладывая получение необходимого для повышения конкурентоспособности образования и приобретения квалификации на неопределенное время. Жизненные установки средней возрастной группы выражены более четко. Молодые люди имеют специальное или высшее профессиональное образование. Тем не менее, также сталкиваются с проблемой трудоустройства по причине несоответствия качества полученного образования требованиям рынка труда. Значительная часть молодых людей третьей возрастной группы имеет семейное положение, опыт работы, профессиональную подготовку. Материальные стимулы являются определяющими при выборе рабочего места. Следует отметить, что именно в этой возрастной группе молодежи для работодателя имеют значение гендерные различия потенциальных работников. Таким образом, с одной стороны, незанятая молодежь различается по системе ценностей, жизненных установок и др., по материальному положению, по уровню образования; с другой стороны, незанятость определяет общие черты условий и образа жизни, поэтому можно говорить о

существовании идентификационных признаков, групповых норм, стандартов поведения, существующих среди молодежи. Актуальный сегодня аспект исследования молодежной проблематики – дифференциация молодежи в зависимости от типа поселения – городская, сельская, провинциальная молодежь. Уровень молодежной безработицы среди городского населения в январе 2015 г. составлял 13,5%, среди сельского населения – 19,7% [6]. По результатам исследований ученых, молодежь, которая окончила школы в крупных, средних и малых городах, через несколько лет достигает более высокого уровня образования, чем выпускники сельских школ [4]. Причинами, по которым молодежь покидает село с целью самореализации, являются следующие: неразвитость социальной инфраструктуры, высокий уровень «сезонной» безработицы; низкий уровень доходов сельских жителей и др. Все это снижает конкурентоспособность сельской молодежи. Рассмотрим далее особенности молодежной безработицы. Так, по продолжительности безработица среди молодежи значительно короче, чем у лиц старших возрастов. Другая черта молодежной безработицы состоит в том, что безработица среди молодых людей выше по частоте, чем среди лиц старших возрастов. Широкое распространение имеет фрикционная («поисковая») безработица среди молодежи. Является естественным явлением и носит положительный характер для ее самоопределения. Структурная и циклическая безработица, напротив, оказывают отрицательное воздействие: в фазе спада работодатели освобождаются от менее конкурентоспособной молодежи, не имеющей профессионального опыта и трудового стажа. Поэтому уровень безработицы среди молодежи превышает аналогичный показатель среди лиц старших возрастов. В случае затяжной формы кризисных явлений данный вид безработицы приобретает хроническую форму и, как результат, молодые люди могут остаться без работы и в посткризисный период. Таким образом, нами уточнены определения безработицы и безработных; раскрыта сущность молодежной безработицы, а именно: рассмотрен ее возрастной состав, выявлены причины низкой конкурентоспособности молодых людей на рынке труда; рассмотрены особенности молодежной безработицы.

Список литературы

1. Волгин, Н. Глобальные проблемы молодежной занятости / Н. Волгин // Социальная политика и социальное партнерство. – 2014. – № 1. – С. 1.
2. Дунаева, Н. Эффективная занятость российской молодежи - стратегическая проблема / Н. Дунаева, Р. Салахутдинов // Человек и труд. – 2010. – № 2. – С.19–23.
3. Закон Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» в редакции Федерального закона от 20 апреля 1996 г. № 36-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями).
4. Кориунов, А. В. Современная российская молодежь на рынке труда в условиях социально-экономической нестабильности и неопределенности / А. В. Кориунов // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 8. – С. 54–57.
5. Рофе, А. И. Экономика труда. Учебник / А. И. Рофе. - 3-е изд., доп. и перераб. – М.: КНОРУС, 2015. – 376 с.

Е. Н. Екименко

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

Научный руководитель: В. А. Палицын

Франчайзинг как особая форма организации и функционирования бизнеса

Характерной чертой современного этапа развития экономики является дальнейшая интернационализация сферы производства и обращения и связанная с этим активизация трансграничных перемещений трудовых ресурсов, товаров и капиталов.

Глобальное рыночное пространство все больше становится сферой конкурентной борьбы крупнейших транснациональных компаний, распространяющих свои культурные и экономические стереотипы по всему миру.

Нейтрализация негативных последствий и использование позитивных возможностей глобализации требует от национальных экономик разработки стратегии эффективного развития, поиска конкурентных преимуществ, позволяющих органично интегрироваться в систему международных производственных связей. Примером такого сотрудничества, обеспечивающего синергию преимуществ малого и крупного предпринимательства, является франчайзинг [1].

Объединение усилий участников данной формы отношений позволяет, с одной стороны, расширить сферу влияния крупной компании, а, с другой, помогает вовлечь в бизнес большое количество граждан и при этом достичь начинающими предпринимателями результатов, практически невозможных при условии самостоятельной работы. Комплексный характер деловых связей, их системность и высокий уровень прозрачности обеспечивают обоюдные конкурентные преимущества их участникам, дают возможность более быстрого выхода на рынок с минимальным риском. Как следствие, франчайзинг становится все более популярным способом организации и продвижения бизнеса во всем мире.

Термин «франчайзинг» происходит от французского слова, определяющего право на свободу ведения какой-либо деятельности. Издревле власть делегировала часть своих полномочий в обмен на капитал или требуемые услуги, закладывая тем самым фундамент современных франчайзинговых отношений.

Толчок в развитии именно коммерческих систем франчайзинга произошел в США после Гражданской войны. Первым его проводником стала компания по производству швейных машин «Singer». Поскольку создание сети собственных продавцов на огромной территории страны требовало значительных затрат, владелец компании стал продавать независимым предпринимателям право на

реализацию и обслуживание швейных машин компании на определенной территории. В результате был освоен новый способ повышения конкурентоспособности бизнеса за счет резкого расширения рынка сбыта [2].

Франчайзинг – это продажа или временное предоставление товарного знака и/или фирменных технологий (методов организации) другому предпринимателю.

Субъектами отношений в рамках франчайзинга являются два лица. То из них, которое обладает правами на марку или технологию, является франчайзером. Лицо, приобретающее возможность использовать принадлежащие франчайзеру права, называется франчайзи.

Франшиза – это пакет прав, которые франчайзер продает франчайзи.

Суть франчайзинга заключается в тиражировании успешно работающего бизнеса, то есть в приобретении имиджа и технологий действующего предприятия, всесторонне апробированных на практике. Франчайзер предоставляет франчайзи на возмездной основе право использовать свое имя, фирменный стиль, опыт, знания, технологии производства и управления, ноу-хау. При этом, как правило, франчайзер обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь. Франчайзи осуществляет свою деятельность под товарным знаком франчайзера, используя его репутацию на рынке товаров (работ, услуг), и по своему фирменному стилю идентифицируется с франчайзером. Франчайзер выступает в единственном числе. Франчайзи, работающих по договору с одним конкретным франчайзером, может быть несколько. Успешно работающие франчайзеры насчитывают в своей структуре от нескольких десятков до нескольких сотен франчайзи, а в некоторых случаях сеть франчайзи включает тысячи предприятий [3].

В настоящее время франчайзинг известен и популярен практически во всем мире. По данным Международной Ассоциации франчайзинга, наибольшее распространение франчайзинг получил в таких сферах экономики как: общественное питание (фаст-фуд) – около 20% общемирового количества франчайзи, розничная торговля (в том числе продуктами питания) – 15%, сфера услуг (в том числе спортивных и туристических) – около 12%, автомобильные перевозки – 8%, строительство – 7%.

Во всем мире франчайзинг уже давно стал неотъемлемым атрибутом экономики (по оценкам экспертов, в развитых странах мира более 40% всех продаж осуществляется через франчайзинговые сети).

Бесспорным лидером в развитии франчайзинга являются США. Так, по данным Pricewaterhouse Coopers, если в 1998 г. здесь насчитывалось 3000 компаний-франчайзеров, объединявших более 400 тыс. франчайзи, то в 2010 г. количество франчайзинговых компаний превысило 900000.

Среди европейских стран лидирующие позиции по распространению франчайзинга занимает Франция. Здесь насчитывается более 1000 франчайзеров и 35 тыс. франчайзи. В Германии сегодня насчитывается более 500 франчайзеров и свыше 20 тысяч франчайзи. В Российской Федерации франчайзинг получил распространение с начала 1990-х гг. По данным компании E. M. T. G. (организатор международной выставки по франчайзингу и другим бизнес-возможностям в странах СНГ, Балтии и Восточной Европы) и Всемирного совета по франчайзингу (WFC) лидером по росту количества франчайзинговых компаний является Россия –

98% за последние три года. Сегодня на российском рынке присутствуют более 30 известных иностранных брендов, которыми владеют такие компании, как «Baskin Robbins», «Xerox», «Kodak», «Benetton», «Pizza Hut», «Subway» и многие другие.

Алгоритм действий по выбору франшизы и заключению договора франчайзинга:

1. Выявление причин принятия решения о начале собственного бизнеса.
2. Определить причины начала собственного бизнеса через покупку франшизы.
3. Определить, подходит ли франчайзинговая модель характеру и личным особенностям потенциального франчайзи.
4. Определить критерии выбора франшизы.
5. Выбрать подходящие варианты франшиз.
6. Выбрать конкретную франшизу (провести оценку франчайзера, оценить конкурентоспособность бизнеса, провести оценку франчайзингового предложения).
7. Заключить договор франчайзинга.

Значение франчайзинга для экономики переоценить сложно: для франчайзера – это один из самых быстрых и эффективных способов создания новых независимых предприятий, объединенных в единую систему, для франчайзи – способ развивать свой собственный бизнес на базе проверенной бизнес-модели, а для государства – это эффективный инструмент поддержки малого и индивидуального предпринимательства, следовательно, и развития экономики.

Список литературы

1. *Веретенников, И.* Франчайзинг как инвестиционный инструмент: критерии эффективности / *И. Веретенников* // Инвестиционная компания «Финнам» Электронный ресурс. Режим доступа: <http://2b.finam.ru/library/materials00060/default.asp>. – Дата доступа: 10.01.2017.
2. *Кочетков, Г. Б.* Социальная функция франчайзинга / *Г. Б. Кочетков* // Человек и труд. – 2003. – № 2. – С. 32–36.
3. *Кривонос А. А., Кривонос Е. А.* Франчайзинг: от простого к сложному / *А. А. Кривонос, Е. А. Кривонос.* - Киев: Ассоциация франчайзинга, Издательский центр, 2010. – 71 с.

С. А. Еременко

*Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева,
Кемеровская обл., г. Новокузнецк*

Научный руководитель: Е. В. Ковалева

Проблемы становления инновационной экономики в современной России

В современном постоянно развивающемся мире требуется одновременное развитие всех секторов функционирования экономики. Сектор НИОКР также, несомненно, нуждается в некоторой реформации с учетом настоящих инноваций. Само определение инновационной экономики трактуется следующим образом – это тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий. По-другому, инновационная экономика представляет собой симбиоз традиционных и успешных методов управления экономикой с новейшими элементами и технологиями ресурсоиспользования и их многократной переработки в целях решения основной экономической задачи: как удовлетворить максимум потребностей, используя при этом минимум ресурсов.

На современном этапе важно признать необходимость внедрения инновационных экономических методов на социально-экономическом пространстве Российской Федерации для повышения ее конкурентоспособности в области производства и реформации и модернизации экономики в целом. Становление данных условий должно стать стратегической задачей государства. Постиндустриальное общество, к построению которого стремится наше государство, характеризуется: развитостью информационных технологий, химико-биологических систем, компьютеризированной оснащённостью и их доступностью, высоким уровнем технологий в сфере производства – а, они, в свою очередь, являются обязательными атрибутами инновационной экономики [1].

Всем этим требованиям должна отвечать выбранная государством стратегия инновационной политики, выбор которой может опираться на различные методы. Существует два основных пути выбора стратегии:

- стратегия инновационного лидерства: проявляется в повышении конкурентоспособности товара или уменьшении длины цикла его производства, путем совершенствования технологической оснащённости предприятия для массового выпуска продукции с целью получения лидирующих позиций на рынке;
- стратегия подражания (имитационная модель инновационной стратегии): отражается в подражании «лидерам рынка» в сфере технологической оснащённости для повышения потенциала производства.

Для Российской Федерации на данном этапе характерна имитационная модель инновационной стратегии. Отсутствие полного или частичного технического потенциала и неразвитости научной отрасли хозяйства заставляет отечественных производителей заимствовать опыт у своих зарубежных коллег, которые занимают лидирующие позиции на мировых рынках. Такая модель имеет ряд минусов, таких как: отставание инновационного начала отечественной промышленности,

невозможность или нежелание развития собственных технологий и другие. Однако с помощью проработанных уже кем-то ранее программ, становится возможным прогнозировать будущие угрозы для текущего хозяйства, что благоприятно влияет на экономическую безопасность предприятия [3].

Сам процесс создания инновационной экономики очень долг и сложен в силу множества факторов, влияющих на него. В настоящее время реформирование всех сфер деятельности человека благоприятствует созданию и применению инновационной экономики, чему способствует также обособление ее в отдельный институт в системе общественных наук.

В последнее время текущая экономическая обстановка России создает такие условия, в которых экономике приходится модернизироваться, и прежде всего это проявляется в импортозамещении. Вначале данный процесс представлял собой комплекс множества проблем, которые вставали перед лицом государства резко и остро. Однако, с течением времени, а именно за 2 года, удалось добиться положительных результатов, как в легкой, тяжёлой, фармацевтической промышленности, так и в сельском хозяйстве. Подобный экономический рост за последние годы, выражающийся в массовом разрастании множественных секторов экономики, достигался с помощью привлечения крупного капитала. Разработка современных технологий требует больших затрат, чтобы быть конкурентоспособным с зарубежными производителями и факт того, насколько вырос потенциал России на мировой арене, подтверждает наличие крупных источников финансирования. Это, прежде всего, средства самого государства, а также средства, формируемые на основе государственно-частного партнерства. Источники здесь можно выделить как внутренние, так и внешние. К внутренним относятся: Государственная программа развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы, программа поддержки инвестпроектов, реализуемых на территории РФ на основе проектного финансирования, Госпрограмма РФ «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» и другие. К внешним относят специальные инвестиционные контракты, заключаемые через Минпроторг России с помощью конкурсного отбора [2].

Современная Российская экономика обладает ресурсной однонаправленностью, которая выражается в добыче и продаже топливно-энергетических ресурсов. Все силы производства, «брошенные» в данный сектор, а так же концентрация всех доступных ресурсов в нем, обедняет все остальные секторы экономики.

Таблица 1

Число используемых передовых производственных технологий по видам экономической деятельности в целом по Российской Федерации [5]

Число используемых передовых производственных технологий по видам экономической деятельности в целом по РФ (единиц)	2013	2014	2015
Обработывающие производства	121103	127492	146700
Добыча полезных ископаемых	9050	8892	9222

Деятельность в области архитектуры, инженерно-техническое проектирование в промышленности и строительстве (в части деятельности конструкторских и проектных организаций)	7294	6959	6843
Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	2229	3010	3594
Технические испытания, исследования и сертификация (в части деятельности испытательных лабораторий и станций)	341	488	530

Данные таблицы 1 показывают, что число технологий в промышленном секторе самое наибольшее, что говорит о том, что в действительности большее финансирование имеет сфера сырьевой и топливной направленности, нанося одновременно ущерб остальным отраслям экономики.

Еще одной проблемой для становления инновационной экономики является проблема вузовской науки и ее связь с научными исследованиями. На территории Российской Федерации находится свыше 1000 высших образовательных организаций, но высококвалифицированных и востребованных специалистов не хватает. Для построения инновационной экономики требуются люди, имеющие необходимый для нее квалификационный потенциал, а также способные на работу в высокотехнологичных отраслях экономики. Реформация работы ВУЗов связана с формированием на их основе кластеров, способных объединить науку и производство, а также с глубокой переориентацией подготовки специалистов в связи с переходом к бакалавриату.

Но не все проблемы развиваются на «высоких уровнях», на которые «обычный» человек не может повлиять. Само современное предпринимательство препятствует внедрению инновационной экономики. Зачастую, большинство предпринимателей предпочитают идти по «вытоптанной дорожке», не пытаясь создать что-то новое в своем производстве, и отсюда оно приобретает шаблонный характер. Инноваций в российских предприятиях очень мало. Инновации возникают, не только в развитии высокотехнологичного производства, применении новейшего оборудования, использования ресурсов многократной переработки, привлечению высококвалифицированных специалистов, но и в инновационных методах управления предприятием. Опираясь, на зарубежный опыт, можно видеть, что инновационные методы управления любой организацией дают исключительно положительные результаты, будь то развитие менеджмента, включающего отношения руководящего сегмента с подчиненными, или разработка различных маркетинговых стратегий по сбыту и продвижению продукции [4].

В реальности инновационная экономика сталкивается с большим перечнем проблем и вопросов, которые мы попытались свести к трем основным. Механизм становления и «амортизации» инновационной экономики требует больших временных и материальных затрат, к которым должно быть готово общество. Без подобной «жертвы» экономика не сможет модернизироваться. Современная экономика Российской Федерации показывает позитивные тенденции, за последнее время страна сумела достичь не малых результатов в разных секторах производства, связанных с импортозамещением. Данные точки роста в

отечественном производстве в перспективе сумеют принести исключительно положительный эффект для повышения общего уровня благосостояния государства, его субъектов, а также индивидуально каждого гражданина.

Список литературы

1. Чечевицына Л. Н. Экономика организации. Учебное пособие. – М.: Феникс, 2016. – 382 с.
2. Белокрылова О. С., Алехин В., Ипатова А. В. Теория инновационной экономики // Международный журнал экспериментального образования. – 2010. – № 3.
3. Инновационная экономика, [Электронный ресурс] дата доступа: (04.12.2017), способ доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Инновационная_экономика
4. Минпромторг России [Электронный ресурс]. Дата доступа: 18.12.2017, способ доступа: <http://minpromtorg.gov.ru>;
5. Технологическое развитие отраслей экономики. – Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Дата доступа: 19.12.2017, способ доступа: <http://www.gks.ru/>

Е. А. Каравай

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

Научный руководитель: Л. И. Архипова

Точки контакта как фактор эффективности онлайн и оффлайн-бизнеса

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 – безбюджетная [2].

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, уведомления заказчика о ходе работы над проектом и др.

Так как же работать с точками контакта, чтобы не запутаться в их многообразии? С точками контакта рекомендуется работать системно и в непрерывном режиме.

Предлагается использовать следующий пошаговый алгоритм управления точками контакта.

Шаг 1. Определение всех цепочек точек контакта.

В первую очередь необходимо определить, описать и визуализировать все точки контакта компании. Их количество огромно, их количество огромно, но не стоит себя ограничивать в количественном выборе.

Шаг 2. Выделение наиболее важных цепочек и точек контакта в них.

Самые важные точки контакта – это точки, в которых клиенты принимают решения:

- начинать работать с компанией или же не стоит;
- совершить покупку сейчас или возможно позже;
- продолжать работать с компанией или лучше прекратить дальнейшее сотрудничество.

Шаг 3. Определение приоритетности.

Необходимо выставить приоритетность, другими словами, ранжировать точки контакта по степени важности для достижения маркетинговых целей организации.

Шаг 4. Оценка состояния.

Задача на этом этапе – проставить оценку предыдущим пунктам. Оценка может быть как балльная (1–10 баллов), процентная (1–100 %), так и словесная.

Шаг 5. Определение задач, ответственных и срока выполнения мероприятий по активизации точек контакта.

На этом шаге решаются 3 важных вопроса:

Что делать? Что необходимо предпринять, чтобы точка контакта стала лучше?

Кто отвечает? Кто будет ответственным за улучшение, исправление или создание новых точек контакта? Ответственным должен конкретный сотрудник, а не служба в целом.

Когда? Конкретная дата внедрения улучшения.

Шаг 6. Внедрение.

Реализация плана.

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.

Нужно обязательно ликвидировать или модернизировать отрицательные точки контакта, так как они разрывают весь предварительно накопленный эффект. Ну и, конечно же, точки контакта – это непрерывная работа по улучшению всего, с чем контактирует потенциальный потребитель.

Список литературы

1. Манн И., Турусин Д. Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 156 с.
2. Точки контакта [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.wikipro.ru/index.php/Точки контакта](http://www.wikipro.ru/index.php/Точки_контакта) (дата обращения 16.02.2017).

Ш. Б. Карибаева

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан, г. Астана

Научный руководитель: К. А. Омарова

Возможности и трудности туристского бизнеса в Республике Казахстан

Республика Казахстан имеет обширную территорию, занимая 9 место в мире, у нашего государства имеется все необходимое – от различного рода ледников, снегов до необычайных горных вершин и песчаных барханов.

Туризм является развивающейся отраслью в Республике Казахстан, поэтому в настоящее время на нашу страну приходится менее 1 % мирового туристского потока [1].

Формирование и создание благоприятных условий для эффективного функционирования туристических кластеров, должно стать одним из приоритетных направлений государственной туристической политики.

Туристская отрасль страны характеризуется недостаточным уровнем развития. Его доля в валовом внутреннем продукте составляет всего 1,6 %. Общий вклад туристической отрасли в ВВП Казахстана по итогам 2016 года составил 5,6 %.

Анализ въездных туристских потоков в Казахстан показывает, что республика остается недостаточно привлекательной для зарубежных туристов. По экспорту туристических услуг Казахстан занимает 78 место в мире. По доступности, цене и уровню сервиса, туристские услуги Казахстана не конкурентоспособны на мировом рынке и намного уступают зарубежным аналогам. Сложившаяся ситуация является следствием отсутствия реальной государственной поддержки туристической отрасли. Разработанные и принятые стратегические планы не стимулировали развитие туризма в стране, при этом, ни одна государственная программа по развитию туристической отрасли не была доведена до установленного срока. Многие из принятых правовых документов остались на бумаге, не найдя практического применения в туристской сфере.

К основным проблемам, тормозящим развитие туристической отрасли в Казахстане, можно отнести:

- разобщенность участников туристического рынка;
- недостаточно развитая нормативно-правовая база;
- неадекватно высокие цены на размещение, при достаточно низком уровне развития туристской инфраструктуры.

Завышенные цены на размещение туристов являются следствием неэффективной налоговой политики государства.

Государственная помощь должна включать инвестиционные преференции для предприятий обслуживающих туристов, экспортные гранты, долгосрочное кредитование туристических инвестиционных проектов, развитие производственной и сервисной инфраструктуры туризма и обучение специалистов.

Предлагается создавать специальные туристические зоны. В них, помимо льгот, добавить некоторые формы облегчения для инвесторов в части землепользования, а также размещение специализированных объектов, а предприятиям гостиничного сервиса – снизить ставку НДС, в области налогообложения – снизить налоговое бремя туроператорам, по сравнению с турагентами, которые реализуют на казахстанском рынке иностранные турпродукты [2].

Рассмотреть на государственном уровне развитие «социального» туризма. Государство, по сути дела, может софинансировать отдых своих граждан, выпуская для этого специальные ценные бумаги – туристские сертификаты. Государство должно активно сотрудничать с работодателями, а те, внося свой вклад, предлагать такие сертификаты своим служащим. Человеку это выгодно, поскольку снижаются его расходы на отдых. Эта мера, за счет государственной доли в финансировании, активизирует внутренний туризм. Для развития социального туризма необходимо развивать свою систему казахстанских туристских сертификатов.

Считаем, главной целью государственной политики в области туризма, на сегодняшний день, является создание в стране высокоэффективного и конкурентоспособного туристского кластера. Индустрия туризма оказывает большое положительное влияние, чем ряд других экономических секторов.

Говоря о состоянии инфраструктуры туристской отрасли в стране нельзя не сказать о подготовке профессиональных кадров в сфере сервиса и туризма. В настоящее время в Казахстане насчитывается 28 вузов, которые ведут подготовку менеджеров туризма. Несмотря на то, что подготовка специалистов началась еще в 90-е годы прошлого столетия Казахстан испытывает серьезную недостаточность в квалифицированных кадрах в сфере туризма. Основная причина недостаточный уровень знаний у преподавательского состава вузов о туристском потенциале Казахстана и отсутствие опыта работы в туристской индустрии.

Следует упростить процедуру регистрации иностранных граждан на территории республики, хотя бы ввести регистрацию миграционных карт туристов на пограничных пунктах сотрудниками пограничной службы, что гораздо ускорит процесс прохождения таможни и пограничного контроля и упростит процесс регистрации иностранцев. В следствие чего может увеличиться поток иностранных туристов в страну [3].

Без внимания невозможно оставить и состояние природных объектов привлекательных для туризма. Все предприятия занимающиеся обслуживанием туристов только используют рекреационные ресурсы страны, но мало кто поддерживает природные объекты в чистоте и следит за их правильной эксплуатацией. Сейчас в правительстве республики есть различные программы по поддержке охраны природы, но не все из них несут в себе именно то предназначение, которое возложило на них правительство.

Разобщенность участников туристического рынка, неразвитость инфраструктуры, недостаток инвестиций, дефицит квалифицированных кадров, низкий уровень сервиса, высокие цены на рынке туристских услуг, поэтому, просто необходимо улучшение материально-технической базы, где особое внимание следует уделять:

- развитию материально-технической базы туризма, путем привлечения отечественных и иностранных инвестиций, для реконструкции существующих и строительства новых туристских объектов;

- повышению конкурентоспособности на рынке услуг авиаперевозок, развитию пассажирских перевозок на автомобильном и железнодорожном транспорте;

- разработке схемы перспективного размещения туристских объектов и развитию инфраструктуры рынка туристских услуг на территории Казахстана;

- контролю за землепользованием и соблюдением норм застройки в районах развития туристского бизнеса;

- созданию, соответствующего международным стандартам, гостинично-сервисного комплекса, а также сети туристских комплексов, этнографических музеев и зон отдыха;

- развитию в туристских зонах соответствующей инфраструктуры: телекоммуникаций, водо- и электроснабжения, канализации.

Проанализировав современное состояние развития отрасли туризма, можно предложить ряд мер государственной поддержки, направленные на совершенствование и развитие туристской деятельности в Республике, к основным из которых относятся:

- развитие инфраструктуры рынка туристских услуг;
- повышение качества туристских продуктов и образования в туризме;
- совершенствование механизма нормативно-правового регулирования рынка туристских услуг;

- совершенствование управления развитием туристского бизнеса;

- улучшение материально технической базы;

- сохранение культурно-исторических памятников;

- развитие международного сотрудничества.

Список литературы

1. Балабанов, И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 123 с.

2. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма. / Международный туризм. - М.: Кнорус, 2005. – 576 с.

3. Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 года № 211-ІІ.

Стратегические направления повышения эффективности предприятий хлебопекарной промышленности

Современные тенденции развития хлебопекарного подкомплекса страны в рамках приоритетных целевых направлений реализации промышленной политики государства, направленной на поддержание и укрепление устойчивых позиций российского товаропроизводителя, расширение интеграционных и коммуникационных сырьевых и финансовых связей, обуславливает разработку и применение механизмов и методов эффективного управления промышленными образованиями и единичными экономическим субъектами.

Многообразие экономических систем и управленческих процессов, специфика формирования и распределения сырьевых, кадровых и финансовых затрат, особенности системы налогообложения и получения финансовой отдачи в форме выручки или прибыли влияет на определение сущности понятия «эффективность», которое не имеет однозначного толкования в научной экономической литературе применительно к деятельности хлебопекарных предприятий.

Научный обзор авторских определений сущности повышения эффективности предприятий хлебопекарного производства позволил нам выделить ряд причин [1, 122, 2], обуславливающих низкий уровень развития хлебопекарного производства: сокращение потребительского спроса на хлебобулочную продукции в результате низких сырьевых качественных характеристик продуктов; рост цен на хлебобулочные изделия в виду диспропорций цен между товаропроизводителями и торговыми сетями; низкий уровень производственных мощностей, техническая отсталость пищевой отрасли и зависимость процессов современного технического перевооружения производства от импорта хлебопекарного оборудования.

Детальный анализ причин влияния на снижение эффективности деятельности предприятий хлебопекарной промышленности, связанных с экономическим кризисом, позволил выделить ряд проблем устойчивого функционирования экономических субъектов и классифицировать их по проблемно-ориентированным признакам: институциональные, технико-технологические, ассортиментно-продуктовые, маркетинговые, организационно-экономические, сырьевые, кадровые.

Типизация проблем развития хлебопродуктового подкомплекса и раскрытие причин и сущности их возникновения и влияния на результативность деятельности промышленного производства и управленческих процессов явились основой для формирования концептуальных направлений повышения эффективности предприятий хлебопекарной промышленности и постановки приоритетных задач политики управления на разных уровнях экономики на основе проблемно-ориентированного подхода (таблица 1).

**Направления и задачи повышения эффективности предприятий
хлебопекарной промышленности на основе проблемно-ориентированного
подхода**

Направление (проблема)	Задачи
Институциональное	Совершенствование законодательства Совершенствование форм государственной поддержки
Технико-технологическое	Автоматизация и механизация процессов Внедрение ресурсосберегающего оборудования
Ассортиментно-продуктовое	Совершенствование ассортимента продукции Повышение качества продукции Экономия ресурсов
Маркетинговое	Укрепление рыночных позиций Совершенствование сбытовой сети
Организационно-экономическое	Управление развитием предприятия
Сырьевое	Совершенствование обеспечения производства качественным сырьем
Кадровое	Управление персоналом

Рассмотренная проблемно-ориентированная модель факторов роста эффективности производства может применяться в качестве системно-информационного инструмента реализации механизмов управления эффективностью производства хлебопекарных предприятий на всех уровнях цепочки управления.

Список литературы

1. *Макаров А. О.* Инновационные стратегии хлебопекарных предприятий. Сборник научных трудов «Методологические и практические аспекты развития экономики, менеджмента и маркетинга в отраслях АПК». - М.: Издательский комплекс МГУПП, 2007. – С. 121 – 124 с.

2. *Мышьяков А. С., Мышьяков Р. А., Самагина О. А.* Роль маркетинга в повышении управления хлебопекарным предприятием URL: // http://www.rusnauka.com/28_NII_2012/Economics/6_118175.doc.htm (дата обращения: 27.02.2017).

Особенности распределения рисков в проектах государственно-частного партнерства

В связи с активным развитием логистической системы в Республике Беларусь стал актуальным вопрос о внедрении государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) в сферах дорожной и транспортной деятельности, коммунального хозяйства и коммунальных услуг, энергетики, здравоохранения, культуры и пр. На данный момент в Беларуси ГЧП не получило широкого распространения, но во многих странах этот вид взаимодействия государства и частного сектора широко используется при формировании устойчивой социальной и транспортно-логистической инфраструктуры.

Термин «государственно-частное партнерство» произошел от английского термина «public-private partnership» (PPP). Проанализировав различные источники [2, 3, 4, 5], можно сделать вывод, что ГЧП – это юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество между государством и частным сектором по поводу производства и оказания инфраструктурных услуг с целью привлечения дополнительных ресурсов, распределения рисков и повышения эффективности бюджетного финансирования.

В результате взаимодействия партнеров происходит достижение эффекта синергии за счет интеграции капиталов и других ресурсов частного сектора и государства для реализации развития проектов социальной, транспортно-логистической инфраструктуры [3]. Исходя из целей государства и частного сектора при заключении партнерства, можно выделить основные преимущества от их взаимодействия (таблица 1).

Таблица 1

Основные преимущества при реализации проектов на основе ГЧП

Государство	Частный сектор
ускорение процесса реализации проектов увеличение доли малого и среднего бизнеса достижение экономического роста сокращение использования средств бюджета; развитие инфраструктуры более высокое качество принимаемых управленческих решений процесс обновления производства: внедрение достижений науки и техники, совершенствование техники и технологий производство конкурентоспособной продукции и услуг	участие в проектах, к которым без государства доступ ограничен новые направления развития получение дополнительной прибыли получение долгосрочного финансирования со стороны государства упрощение процесса формальных услуг комфортные условия для развития; долгосрочное и надежное сотрудничество снижение издержек развитие международных связей

Примечание: собственная разработка, на основе изученных источников [3, 4]

Одним из главных достоинств ГЧП является разделение рисков между партнерами (таблица 2). ГЧП предусматривает возложение рисков, связанных с проектами, на ту сторону, которая имеет наиболее легкий доступ к инвестиционным схемам или наибольшую способность диверсифицировать такие риски или уменьшать их при наиболее низких затратах [6].

Таблица 2

Виды рисков и их распределение между партнерами

Название риска	Примеры риска	Сторона, несущая риск
Политический риск	изменение или несогласованность законодательных актов риск разрыва договора риск военных действий	Государство
Правовой риск	неполучение разрешений или лицензий судебные процессы	Государство
Риск невыполнения обязательств	низкая дисциплина поставок снижение объема производства прекращение финансирования проекта	Государство/ частный партнер
Финансовый риск	неполучение доходов от реализации проекта превышение ожидаемых расходов рост инфляции изменение процентной ставки изменение валютного курса введение новых налогов высокий уровень издержек	Частный партнер
Риск спроса	спад спроса риск невостребованности продукции, услуг	Государство/ частный партнер
Коммерческий риск	появление конкурентов риск ошибок в проектной документации риск выбора неэффективного партнера риск тарифного регулирования	Частный партнер
Технический риск	изменение условий окружающей среды технологические риски форс-мажорные обстоятельства использование устаревшего оборудования поломка оборудования	Частный партнер

Примечание: собственная разработка на основе изученных источников [1, 3, 5, 6].

Следовательно, для предотвращения либо минимизации последствий рисков нами предложены следующие решения:

- определение возможных рисков, свойственных проекту;
- повышение уровня доверия между государством и частным сектором;
- усиление нормативно-правовой базы ГЧП;

- страхование проектов ГЧП и самострахование;
- использование современных технологий и оборудования;
- грамотный выбор партнера и объективная оценка его возможностей;
- оптимизация вложения инвестиций.

Таким образом, важнейшим условием успеха проекта является грамотное распределение рисков, при помощи чего достигается эффект синергии. Для достижения наилучших результатов по реализации проектов ГЧП необходимо установить договоренности между государством и частным сектором, удовлетворяющие обе стороны. Также, ГЧП позволит расширить возможности финансирования инфраструктурных проектов в Республике Беларусь за счет привлечения средств частных инвесторов, а также повысит экономическую эффективность реализации инфраструктурных проектов для инвесторов.

Список литературы

1. *Чефранов А. С.* Риски в проектах ГЧП [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/1486/52.pdf?sequence=1>.
2. Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. № 345-З «О государственно-частном партнерстве».
3. Макроэкономическое регулирование в условиях единого экономического пространства / *А. И. Лученок* [и др.]; под науч. ред. А. И. Лученка; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск: Беларус. навука, 2013. – 243 с.
4. *Качан О. М.* Выгоды государственно-частного партнерства при создании логистических центров и цепей поставок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.psu.by:8080/bitstream/123456789/12902/1/Качан%20О.М.Выгоды%20государственно-частного%20партнерства.pdf>.
5. *Мещерякова О. М.* ГЧП: общая характеристика и источники финансирования при строительстве логистических центров [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.sbmt.bsu.by/upload/Мещерякова Ольга Михайловна.pdf](http://www.sbmt.bsu.by/upload/Мещерякова%20Ольга%20Михайловна.pdf).
6. *Матаев Т. М.* Типология рисков по проектам ГЧП [Электронный источник]. Режим доступа: <http://bgscience.ru/lib/7266/>.

А. В. Курута

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Республика Беларусь, г. Минск

Научный руководитель: М. Е. Карпицкая

Оценка экономической эффективности результатов интеграции стран СНГ

На развитие интеграционных объединений влияют: как экономические факторы: развитие производства и поддержание темпов экономического роста; глубокие структурные изменения как в мировой экономике, так и в экономике отдельных стран; углубление международных специализации и кооперации производства; рост интернационализации производства и интеграционных процессов; так и политические факторы: либерализация экспорта (импорта) капитала; политика индустриализма в странах «третьего мира»; проведение экономических реформ (приватизация государственных предприятий, поддержка частного сектора, малого бизнеса); политика поддержки уровня занятости.

Развитие экономики любой страны обусловлено не только внутренними экономическими проблемами в стране, но и достаточно сложными процессами, вызванными принципиально меняющейся экономической и социальной средой в глобальном масштабе. Развитие мировой экономики требует введения в оборот таких терминов как «глобализация», «интеграция», «мировая экономика», «внешнеэкономические связи», «внешнеэкономическая деятельность» и т.д. В этих связях переплетаются воедино экономика и политика, коммерция и дипломатия, торговля и производство, научно-технические исследования и валютно-финансовые операции.

Содружество Независимых Государств – это международная организация, объединяющая 12 государств: Армению, Азербайджан, Беларусь, Грузию, Казахстан, Кыргызстан, Молдову, Россию, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Украину.

В целом по странам Содружества в 2015 году снизились объемы основных макроэкономических показателей. Индекс физического объема валового внутреннего продукта составил 97% (в 2014 году – 100,9%). Объем промышленного производства за указанный период в целом по Содружеству сократился на 3,3% (в 2014 году был рост на 1%), объем перевозок грузов – на 1% (в 2014 году рост 0,4%). Кроме того, произошло падение объема оборота розничной торговли на 9 % при росте на 2% в 2014 году. Объем инвестиций в основной капитал снизился на 6,7% (в 2014 году было снижение на 2,6%). Годовые макроэкономические показатели по СНГ в целом за 2013–2015 гг. представлены в таблице 1.

**Годовые макроэкономические показатели по СНГ в целом
за 2013–2015 гг., в % к предыдущему году**

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Индексы ВВП	102,0	100,9	97
Индексы продукции промышленности	100,5	101,0	96,7
Индексы продукции сельского хозяйства	106,9	103,2	101,4
Индексы инвестиций в основной капитал	102,0	97,4	93,3
Индексы физического объема оборота розничной торговли	106	102	91
Индексы потребительских цен	105,3	112,2	116,1

Источник: [1].

В условиях неблагоприятной внешнеэкономической конъюнктуры, связанной с падением цен на нефть, газ, металлы и другие предметы сырьевого экспорта, экономики СНГ в прошлом году продемонстрировал значительный спад. Общее снижение ВВП 11 стран Содружества за прошлый год по сравнению с 2014 г. составило 3 % [1].

ВВП вырос в государствах – участниках СНГ, за исключением Украины, Беларуси и России, где этот показатель снизился на 7,16%, 3,9% и 3,7% соответственно по сравнению с предыдущим годом. В 2015 году наиболее высокие темпы прироста ВВП наблюдались в Туркменистане (6,5%), Узбекистане (8%) и Таджикистане (6%).

Растущая напряженность вокруг Украины негативно сказывается на размере и динамике ВВП большинства членов СНГ. Кроме того, существенное влияние на замедление экономического роста в СНГ в 2015 году оказали падение мировых цен на нефть, отток капитала из региона, снижение внутреннего спроса.

В 2015 году положительная динамика объемов промышленного производства наблюдалась в большинстве государств – участников СНГ за исключением Азербайджана, Кыргызстана и Украины. Темпы роста промышленного производства в Молдове, России и Таджикистане оказались несколько выше, чем в 2014 году. В Беларуси был преодолен прошлогодний негативный тренд. Рост промышленного производства в целом по СНГ в 2015 году увеличился на 1%. Восстановление темпов роста промышленного производства в Беларуси в 2015 году в основном обусловлено приростом объемов производства кокса, нефтепродуктов и продукции химической промышленности. Высокий темп роста промышленного производства в Молдове был обеспечен за счет производства пищевых продуктов, текстиля и одежды.

Объем продукции сельского хозяйства в СНГ в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 1,4%, в том числе в Азербайджане – на 6,6%, Армении – на 11,7%, Казахстане – на 4,4%, Кыргызстане – на 6,2%, России – на 3%, Таджикистане – на 3,2%. Однако динамика сельскохозяйственного производства замедлилась по сравнению с прошлым годом.

Потребительская инфляция в Украине по итогам 2015 года достигла 48,7%, что является наивысшим показателем среди стран Европы и СНГ. Высокие темпы роста потребительских цен отмечены в России (15,5%), Молдове (9,6%), и Беларуси (13,5%).

Наибольший удельный вес в общем объеме экспорта государств – участников СНГ в 2015 году приходился на Россию (73,0%), Казахстан (9,6%), Украину (8%) и Беларусь (5,6%) [1].

Таким образом, анализ экономических результатов привел к следующим выводам:

1. В 2015 году государства – участники СНГ в целом не сохранили положительную динамику основных макропоказателей, которая была в 2014 году. Замедление экономического роста в большинстве государств – участников СНГ обусловили уменьшение регионального ВВП на 3%. Также для СНГ в 2015 году характерны отрицательные темпы роста продукции промышленности, инвестиций в основной капитал, физического объема оборота розничной торговли.

2. Позитивный вклад в экономический рост региона продолжала вносить сельскохозяйственная отрасль, объем производства продукции которой в 2015 году увеличился на 1,4%.

3. Оборот внешней торговли государств – участников СНГ в 2015 году снизился на 33,3%. Внешнеторговые показатели ухудшились, прежде всего, на фоне масштабного падения мировых цен на энергоресурсы и другие сырьевые товары, а также санкций в отношении России. На уменьшении объемов взаимной торговли сказались нестабильная экономическая ситуация в регионе и сокращение экспортно-импортных операций с Украиной.

На современном этапе развития мирового хозяйства одним из основных факторов развития международных экономических отношений считается вывоз капитала, его международные перемещения. Международная торговля товарами, услугами, технологиями затрагивают валютно-финансовые аспекты всех стран, международная миграция рабочей силы, борьба с терроризмом являются общими задачами.

Эффективная модернизация экономики, приток зарубежных инвестиций в наукоемкое производство, расширение кооперационных связей, диверсификация экономики, реализация данных мер несомненно будет способствовать экономическому росту стран СНГ, что в свою очередь приведет к постепенному улучшению уровня и качество жизни населения стран СНГ.

Список литературы

1. Исполнительный комитет СНГ. – URL: [http:// cis.minsk.by](http://cis.minsk.by). – (Дата обращения 14.02.2017).

Проблема регулирования свободного времени молодежи и организация досуга в культурных учреждениях

Свободное время является одним из важных средств формирования личности молодого человека. Оно непосредственно влияет и на его производственно-трудовую сферу деятельности. В условиях свободного времени происходят рекреационно-восстановительные процессы, которые помогают снять негативные физические и психические нагрузки. Использование свободного времени молодежью является своеобразным индикатором ее культуры, круга духовных потребностей и интересов конкретной личности молодого человека или социальной группы.

Досуг является частью свободного от работы времени. Молодежь добровольно выбирает различные формы досуга. Досуг должен отличаться демократичностью, эмоциональной окрашенностью, возможностью сочетать физическую и интеллектуальную деятельность, творческую и созерцательную, производственную и игровую. Для значительной части молодых людей социальные институты досуга являются основными сферами социальной культурной интеграции и личностной самореализации.

Молодежь представляет собой особую социальную группу, которая постоянно находится в фокусе исследований социологов, поскольку именно она является чутким индикатором происходящих перемен и определяет в целом потенциал развития общества. От того, насколько изучен мир ценностей современной молодежи, ее установки, жизненные планы, во многом зависит эффективность разрабатываемых мероприятий в области образования, в сфере труда и занятости.

Досуг - это составная часть в категории «свободное время». «Свободное время» включает в себя время на домашний труд и самообслуживание, время на сон и еду, на транспорт, время, затрачиваемое на самообразование, воспитание, общественную деятельность.

Понятия «досуг» и «свободное время» различаются не только семантически, по содержательной нагрузке, но и по функциональной. Функция досуга помочь индивиду самореализоваться, развивать личность.

Отметим одну из принципиально важных особенностей понятия «досуга». Досуг отличается от деятельности, связанной с зарабатыванием денег или с материальной необходимостью. Досуг - это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору.

Ученые выделяют различные типы досуговой деятельности. Наиболее значимыми типами досуга выступают:

- развивающий;
- развлекательный;
- домашний;
- спортивный;

- общественно-политический;
- разрушающий.

Досуг относится к сфере личного времени, это время, посвящаемое восстановлению сил, не связанное с получением прибыли. Предположим, что время, затрачиваемое на досуг, может быть как структурированным, так и не структурированным.

Исследование, проведенное московским представительством Фонда им. Ф. Эберта, показало, что российская молодежь в своем подавляющем большинстве копирует стереотипы проведения досуга своих родителей, преемственность поколений в этом очевидна. Представители примерно трети современной молодежи России очень близки по характеру своего досуга и предпочтений к стандартам жизни представителей среднего класса развитых западных стран.

Практика молодежного досуга показывает, что наиболее привлекательными формами для молодежи являются музыка, танцы, игры, ток-шоу, КВН, однако не всегда культурно-досуговые центры строят свою работу, исходя из интересов молодых людей. Надо не только знать сегодняшние культурные запросы молодых, предвидеть их изменения, но и уметь быстро реагировать на них, суметь предложить новые формы и виды досуговых занятий.

Для больших городов, мегаполисов современный досуг - досуг людей нового урбанизированного постиндустриального общества. Для жителей малых городов и поселков роль досуга должна в существенной степени возрасти, так как отмечается возрастающая ценность досуга в жизни людей, независимо от их места проживания. Для отдельных категорий сфера досуга рассматривается как сфера свободной жизнедеятельности, представляет особую ценность. С точки зрения общественной ценности, досуг является сферой потребления культуры и культурного творчества.

Таким образом, досуг выступает в качестве структурного элемента свободного времени, его содержание наполнено деятельностью, позволяющей не только преодолевать стрессы и усталость, но и развивать духовные и физические качества исходя из социокультурных потребностей личности.

Российская молодежь традиционно проводит свой досуг, воспроизводя модели поведения досуга своих родителей. Треть современной молодежи близки к стандартам жизни представителей среднего класса развитых западных стран.

Д. Ж. Мейрембаева

*Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан,
г. Астана*

Научный руководитель: З. К. Есымханова

Некоторые тенденции деятельности БВУ Казахстана в условиях дедолларизации экономики

Банковский сектор Казахстана продолжает оставаться основным каналом перемещения денежных средств из финансового сектора в реальный сектор экономики. Его состояние в настоящий момент определяет влияние трех системных факторов – это снижение доступа к дешевым внешним ресурсам, нерешенные структурные проблемы в экономике, колебания валютного курса.

Банковскому сектору отводится сразу роль ведущих хозяйственных агентов и имеет сильное воздействие на макроэкономические процессы. Обеспечение защиты интересов вкладчиков и кредиторов, сохранение стабильности банковского сектора является основной целью банковского надзора и регулирования в Казахстане, как и в других странах.

Динамика количественного состава субъектов банков второго уровня (БВУ) Казахстана за период с момента ее становления и до настоящего времени представлена в таблице 1 [1].

Таблица 1

Динамика состава банков второго уровня Республики Казахстан

	1991	1996	2001	2006	2011	2012	2015
Количество банков второго уровня, в т.ч.:	72	101	48	39	39	38	35
банки со 100 % участием государства в уставном капитале	6	3	3	1	1	1	1
количество представительств банков-нерезидентов в Республике Казахстан	–	3	3	19	29	16	16

Источник: Стат. бюллетень Национального Банка Республики Казахстан. № 1 январь 2016 года.

Тенденция сокращения количества банков в условиях роста неопределенности была обусловлена рядом причин. Данные анализа показывают, что уровень конкуренции на банковском рынке Казахстана уступает рынкам развитых стран. В данный момент главными игроками на нем выступают 5 системообразующих банков, доля активов которых в совокупной сумме составляет свыше 50%.

На наш взгляд, для этих банков следует установить особые нормативы ликвидности и особый надзор, поскольку проблемы в их деятельности могут создать опасности для всего банковского рынка. В данный момент на банковском рынке в условиях роста неопределенности обозначились опасные тенденции: валютизация,

кредитование заемщиков при отсутствии признаков реальной деятельности, ненадлежащие активы банков, наличие рисков портфельных ссуд и другие причины. Все это снижает роль банков в создании новой стоимости, в стимулировании развития реального сектора экономики.

В современный период банки реализуют стратегию как превентивного, так и последующего воздействия на риски, используя весь спектр имеющихся инструментов снижения риска, как на портфельном уровне, так и на уровне отдельных сделок. Результаты деятельности БВУ с учетом рисков и эффективности системы управления рисками в коммерческого банка оцениваются на регулярной основе [2].

Анализ деятельности банков второго уровня (БВУ) является одним из важнейших направлений экономической работы, позволяющий Национальному банку Республики Казахстан определять основные направления денежно-кредитной политики.

По состоянию на 1 января 2015 года кредитный портфель банковского сектора составил 14,2 трлн. тенге, увеличившись с начала 2014 года на 6,3% или на 0,8 трлн. тенге. Провизии, сформированные в соответствии с МСФО, по кредитному портфелю банковского сектора составили 3,6 трлн. тенге или 25,2% от совокупного кредитного портфеля [3].

Займы, по которым имеется просроченная задолженность по основному долгу и (или) начисленному вознаграждению свыше 90 дней, по состоянию на 1 января 2015 года составляют 3,3 трлн. тенге или 23,5% от совокупного кредитного портфеля банков (таблица 2).

Таблица 2

Качество ссудного портфеля банковского сектора РК

Наименование показателя / срок	01.01.2015 г.		01.01.2016 г.		Прирост, в %
	Σ осн. долга, млрд. тенге	в % к итогу	Σ осн. долга, млрд. тенге	в % к итогу	
Банковские займы, в т.ч.:	14 184,4	100,0%	15 553,7	100,0%	9,7%
Займы, по которым отсутствует просроченная задолженность по основному долгу и/или начисленному вознаграждению	10 259,2	72,3%	13 436,7	86,4%	31,0%
Займы с просроченной задолженностью от 1 до 30 дней	357,2	2,5%	477,0	3,1%	33,5%
Займы с просроченной задолженностью от 31 до 60 дней	158,4	1,1%	255,7	1,6%	61,4%
Займы с просроченной задолженностью от 61 до 90 дней	69,4	0,5%	147,4	0,9%	112,5%
Займы с просроченной задолженностью свыше 90 дней	3 340,2	23,5%	1 236,9	8,0%	-63,0%
Провизии по МСФО	3 569,8	25,2%	1 642,4	10,6%	-54,0%
Коэффициент покрытия провизиями по МСФО займов с просроченной задолженностью свыше 90 дней	106,9%		132,8%		

Источник: Стат. бюллетень Национального Банка Республики Казахстан. № 1 январь 2016 года.

Банки второго уровня играют важную роль в процессе экономических преобразований. От эффективности их работы в значительной степени зависит успех в развитии реального сектора экономики.

По состоянию на 1 января 2015 года кредитный портфель банковского сектора составил 14,2 трлн. тенге, увеличившись с начала 2014 года на 6,3% или на 0,8 трлн. тенге. Провизии, сформированные в соответствии с МСФО, по кредитному портфелю банковского сектора составили 3,6 трлн. тенге или 25,2% от совокупного кредитного портфеля. Займы, по которым имеется просроченная задолженность по основному долгу и (или) начисленному вознаграждению свыше 90 дней, по состоянию на 1 января 2015 года составляют 3,3 трлн. тенге или 23,5% от совокупного кредитного портфеля банков [3].

Переход Национального банка РК на режим инфляционного таргетирования и отпуск в «в свободное плавание» тенге – также одно из ключевых изменений в денежно – кредитной политике в 2015 г. Долларизация экономики, в том числе банковского сектора, дефицит тенговой ликвидности для кредитования, утрата доверия населения к национальной валюте и банковской системе в целом - новые вызовы для отечественной экономики в современных условиях. Кризис обвала цен на основные экспортные продукты (нефть, металл), подорвавший доверие к национальной валюте и банковскому сектору, указывает на необходимость ужесточения правил, регулирующих денежно-кредитные механизмы и банковскую деятельность, принятия мер по дедолларизации экономики.

Правительством и Национальным банком в целях дедолларизации экономики приняты следующие основные стратегические направления:

- 1) обеспечение макроэкономической стабильности;
- 2) развитие безналичных платежей и сокращение теневого оборота денег;
- 3) приоритет национальной валюты над иностранной. По каждому направлению приняты определенные меры.

Доля ее в 2015 г. составляла в среднем 75–85% общего экспорта Казахстана. Аналогичная структура экспорта была перед мировым экономическим кризисом в 2017 г. (69,5%). При таком темпе диверсификации меры по дедолларизации экономики не скоро дадут результаты [4].

В целях повышения уровня экономической безопасности в банковской сфере рекомендуется:

Совершенствование системы банковского надзора в соответствии с международными стандартами.

Реализация мероприятий, направленных на повышение качества корпоративного управления и управления кредитными рисками в коммерческих банках путем разработки в Казахстане специальных нормативных актов для банков по риск-менеджменту.

Реализация адекватных мер по поддержанию адекватного курса тенге и ставки рефинансирования на уровне 6 %, которые должны привести к повышению доступности кредитов для юридических и физических лиц, и как следствие к стимулированию производства и внутреннего спроса, а также уменьшению дефолтов заемщиков.

Принятие мер по предотвращению нелегального вывоза капиталов из страны и др.

Список литературы

1. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года. Утв. Постановлением Правительства Республики Казахстан от 29 августа 2014 года №954.
2. Статистический бюллетень Национального Банка Республики Казахстан. № 1, январь 2016 года.
3. Ренкинг банков Казахстана 2015 – Forbes Лидер – Forbes Kazakhstan
4. Годовой отчет Национального Банка РК за 2010-2016 гг.

Т. Н. Мельникова

Самарская государственная сельскохозяйственная академия, г. Самара

Научный руководитель: К. А. Жичкин

Эколого-экономическая эффективность адаптивно-ландшафтного земледелия

Адаптивно-ландшафтная система земледелия (АЛСЗ) – это система использования земли определенной агроэкологической группы, ориентированная на производство продукции экономически и экологически обусловленного количества и качества, в соответствии с общественными (рыночными) потребностями, природными и производственными ресурсами, обеспечивающая устойчивость агроландшафта и воспроизводство почвенного плодородия [2, с. 314].

Оценка эффективности адаптивно-ландшафтной системы земледелия должна осуществляться как с позиций увеличения объемов производства сельскохозяйственной продукции, так и улучшения экологического состояния природной среды и социальных условий жизни населения. Она выполняется на основе системы критериев экономического, экологического и социального порядка [3, с. 16; 8, с. 91].

Экономическая сущность эффективности понимается как сопоставление результата с затратами живого и овеществленного труда, необходимыми для получения этого результата. В сельском хозяйстве экономическая эффективность определяется как максимальное производство необходимой продукции при наименьших затратах труда и ресурсов на ее единицу или прирост производства валовой продукции при наименьших затратах труда и ресурсов на единицу земельной площади.

Так как земля в сельском хозяйстве является основным и незаменимым средством производства, строго ограниченным в пространстве, то критерий экономической эффективности сельскохозяйственного производства правильнее будет определять как увеличение выхода необходимой обществу сельскохозяйственной продукции с единицы земельной площади при сохранении и повышении плодородия почвы, т.е. экономическая эффективность

сельскохозяйственного производства сводится, прежде всего, к эффективности использования земли. В свою очередь, под экономической эффективностью использования земли следует понимать уровень ведения на ней хозяйства, который характеризуется выходом продукции с единицы площади и ее себестоимостью [1, с. 508; 4, с. 3834].

Тогда экономическая эффективность использования земли в сельском хозяйстве может быть определена системой показателей, которая включает: стоимость валовой продукции, ее прироста (уменьшения) всего и в расчете на 1 га (руб.); текущие производственные затраты, всего и в расчете на 1 га (руб.); урожайность сельскохозяйственных культур (ц/га); себестоимость производства единицы продукции (руб./т); чистый доход, всего и в расчете на 1 га (руб.); годовой экономический эффект, всего и в расчете на 1 га (руб.); прибыль, всего и в расчете на 1 га (руб.) [5, с. 101].

Совокупную эффективность реализации адаптивно-ландшафтных систем земледелия также можно оценить по приросту объемов производства валовой продукции сельского хозяйства, валового или чистого дохода, полученным за счет внедрения этой системы земледелия и его сравнением с дополнительными затратами, вызвавшими этот прирост:

$$Э_{\text{л}} = \frac{Д_{\text{н}} - Д_{\text{б}}}{З_{\text{л}}},$$

где $Э_{\text{л}}$ – совокупный эффект от внедрения адаптивно-ландшафтной системы земледелия;

$Д_{\text{н}} - Д_{\text{б}}$ – годовой прирост валового (чистого) дохода или валовой продукции сельского хозяйства, полученный за счет внедрения адаптивно-ландшафтных систем земледелия;

$З_{\text{л}}$ – затраты на мероприятия по внедрению адаптивно-ландшафтного земледелия [6, с. 48].

В результате изменения качества земельных ресурсов и состояния окружающей среды происходит изменение продуктивности сельскохозяйственных угодий в применяемой системе земледелия, что влечет за собой изменение объемов производства сельскохозяйственной продукции и ее качества. Поэтому экономическая оценка экологического состояния агроландшафта выражается стоимостью недополученной продукции, потерянного объема почвы, питательных веществ в ней и других потерь, а также изменением качества производимой продукции [7, с. 159].

Отсюда следует, что для определения экономической эффективности адаптивно-ландшафтных систем земледелия целесообразно использовать критерий сравнительной эколого-экономической эффективности предлагаемого решения относительно существующего состояния.

Эколого-экономическая эффективность по определению ряда авторов определяется как экономическая результативность комплекса мероприятий, проводимых в целях оптимизации структуры агроэкосистемы, улучшения качества земельных угодий и повышения продуктивности растительных ресурсов. При этом в ней отражается результативность экологических затрат (окупаемость затрат на

природоохранные цели), направленных на повышение плодородия почв и биологического потенциала растений возделываемых культур. Следовательно, эколого-экономическая эффективность отражает эффективность издержек по ведению земледелия, связанных с воздействием на земельные и растительные ресурсы, с целью улучшения их экологического состояния, то есть с эффективностью экологических затрат.

Эколого-экономическую эффективность адаптивно-ландшафтных систем земледелия характеризуют следующие показатели: полные экологические затраты по ведению системы земледелия; дополнительные объемы продукции, полученные при проведении комплекса экологически направленных мероприятий; дополнительный чистый доход системы земледелия; предотвращенный экологический ущерб природной среды; прирост стоимости земельных угодий в результате повышения их экологического качества, плодородия почв.

Величину эколого-экономической эффективности можно определить по размеру установленного предотвращенного экологического ущерба и размеру полученного (предполагаемого) экологического эффекта.

Список литературы

1. Жичкин, К. А. Методика моделирования экономического ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы: материалы Международной научно-практической конференции. – Минск: Международный ун-т «МИТСО», 2016. – С. 505-510.

2. Жичкин, К. А. Методики расчета ущерба и территориальное размещение нецелевого использования сельхозугодий / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Энергосберегающие технологии в ландшафтном земледелии: сб. ст. Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 65-летию кафедры «Общее земледелие и землеустройство» и Дню российской науки. – Пенза: РИО ПГСХА, 2016. – С. 310-315.

3. Жичкин, К. А. Оценка комплексов машин в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Актуальные направления развития техники и технологий в России и за рубежом – реалии, возможности и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции. – Княгинино: НГИЭУ, 2016. – С. 14-16.

4. Жичкин, К. А. Оценка современных технологий в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования: I Международная научно-практическая интернет-конференция. – Солонное Займище: ПНИИАЗ, 2016. – С. 3830-3838.

5. Жичкин, К. А. Подходы к моделированию ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин // Аграрный вестник Верхневолжья. – 2016. - №4. – С. 97-104.

6. Жичкин, К. А. Принципы оптимизации функционирования государственного регулирования экономики / К. А. Жичкин, И. С. Курмаева, Т. А. Баймишева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. - №9. – С. 45-50.

7. Жичкин, К. А. Сравнительный анализ методик определения ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Управление земельно-имущественными отношениями: материалы XII Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГУАС, 2016. – С. 159-163.

8. Носов, В. В. Исследование причинно-следственной связи между показателями, характеризующими субсидированное сельскохозяйственное страхование / В. В. Носов, М. М. Кошелева, О. К. Котар // Аграрный научный журнал. – 2016. – № 3. – С. 88–92.

Л. С. Новикова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, г. Саратов

Научный руководитель: Н. Т. Разгельдеев

Государственная поддержка по внедрению и использованию наилучших доступных технологий

Систематическое увеличение уровня негативного воздействия на окружающую среду со стороны предприятий, которые работают на экологически неэффективном оборудовании, а также глобальная экологизация международных отношений требуют повышенного внимания к системе управления охраной окружающей среды в Российской Федерации.

Необоснованная активизация контрольных мероприятий осложняет положение дел на предприятиях, поскольку закрытие производств на основании действующей нормативной природоохранной базы ухудшает структуру экономики и структуру занятости, снижая при этом сопротивляемость кризисным процессам. Такие действия идут вразрез с усилиями государства по поддержанию экономической активности и ограничению финансовых рисков.

Государственная экологическая политика должна отражать особенности предстоящего этапа социально-экономического развития, при этом необходимо учитывать, что период восстановления экономической активности потребует достаточно длительного времени. В настоящее время одной из главных задач экологической политики является применение принципа нормирования допустимого воздействия на окружающую среду на основе показателей наилучших доступных технологий.

С 1 января 2015 г. вступил в силу Федеральный закон от 21 июля 2014 г. №219-ФЗ, который внес коррективы, в том числе ввел понятие «наилучшая доступная технология» [3]. Действующие до вступления в силу закона наилучшие существующие технологии представляют собой технологии, основанные на последних достижениях науки и техники, которые направлены на снижение негативного воздействия на окружающую среду, в то время как наилучшие доступные технологии – это самая эффективная и передовая стадия развития

производственной деятельности, которая свидетельствует о практической пригодности определенных технологий.

Согласно Федеральному закону от 21 июля 2014 г. №219-ФЗ, внедрение наилучших доступных технологий предполагает экономическое стимулирование субъектов хозяйственной деятельности, а именно: налоговых льгот, порядка начисления платы за негативное воздействие на окружающую среду, содействия в осуществлении инвестиционной деятельности. Меры государственной поддержки предоставляются при проектировании и внедрении НДТ, а также систем оборотного и бессточного водоснабжения, сооружений и оборудования по улавливанию выбрасываемых веществ, по улучшению режимов сжигания топлива, по сортировке, обезвреживанию, использованию отходов производства и потребления. Кроме этого планируется закупка и установка автоматизированных систем, лабораторий по контролю за составом и объемом сбросов сточных вод и выбросами загрязняющих веществ в атмосферный воздух [2].

Белокрылова Е. А. в своей работе отмечает, что ранее отсутствовали экономические стимулы для перехода предприятий на наилучшие существующие технологии [1; с. 123]. В настоящее время, понимая, что внедрение наилучших доступных технологий предполагает большие финансовые вложения собственных или заемных средств предприятия, государство оказывает поддержку деятельности по внедрению НДТ. Так, Распоряжением Председателя Правительства РФ от 28 августа 2014 г. №1651-р сформирован Фонд развития промышленности. Основными целями фонда являются стимулирование модернизации и создания новых производств на базе наилучших доступных технологий, финансирование производственно-технологических проектов, стимулирования конкурентной продукции. Основным инструментом такого фонда – льготные займы для промышленных предприятий на финансирование завершающих стадий опытно-конструкторских работ, подготовки технико-экономических обоснований, предпроектных, проектных работ. В настоящее время для реализации новых промышленных проектов Фонд на конкурсной основе предоставляет целевые займы по ставке 5% годовых сроком до 7 лет в объеме от 50 до 500 млн рублей [4].

Переход на принципы наилучших доступных технологий предполагает возрастание потребности в подготовке кадров в области НДТ, совершенствование методов подготовки специалистов для различных отраслей промышленности. Это создает необходимость создания системы профессионального обучения и повышения квалификации в области НДТ. Такая подготовка кадров реализуется Росстандартом в рамках деятельности Академии стандартизации, метрологии и сертификации, которая осуществляет тесное взаимодействие с Бюро НДТ.

В настоящий момент Академия стандартизации, метрологии и сертификации и Бюро НДТ реализуют комплекс мероприятий в части подготовки кадров в области НДТ по следующим направлениям:

1. Проведение аудита.
2. Внедрение НДТ на предприятиях.
3. Деятельность регулирующих и контрольно-надзорных органов.

Кроме этого, в целях стимулирования к проведению мероприятий по снижению негативного воздействия на окружающую среду и внедрению НДТ при исчислении платы за негативное воздействие на окружающую среду к ставкам

такой платы применяются понижающие и повышающие коэффициенты. Так, коэффициент 0 применяется при исчислении платы за объем или массу выбросов и сбросов загрязняющих веществ в пределах технологических нормативов после внедрения наилучших доступных технологий. В то же время коэффициент 100 будет применяться с 1 января 2020 г. за объем или массу выбросов и сбросов загрязняющих веществ, превышающих установленные для объектов I категории такие объем или массу. Исходя из этого предприятиям намного выгоднее перейти на принципы НДТ до 1 января 2020 г., поскольку в это время вступают положения Федерального закона от 21 июля 2014 № 219, значительно повышающие плату за негативное воздействие на окружающую среду для предприятий I категории при несоблюдении снижения объема и массы загрязняющих веществ [3].

Построение системы государственного регулирования на основе принципов НДТ направлено на одновременное решение задач экологической и промышленной политики РФ, так как применение современных технологий ведет не только к соблюдению природоохранных требований, но и к инновационному развитию промышленности, достижению и поддержанию высокой конкурентоспособности национальной экономики, а также повышению конкурентоспособности промышленной продукции, производимой на территории Российской Федерации. Таким образом, создание условий, стимулирующих и финансово мотивирующих внедрение и использование наилучших доступных технологий в виде государственной поддержки, необходимо для создания эффективной системы управления охраной окружающей среды, что не только улучшит экологическую обстановку в России, но и повысит уровень конкурентоспособности российских предприятий и производимой ими продукции на внешнем рынке.

Список литературы

1. Белокрылова Е. А., Уаге М. Б. Наилучшие доступные технологии в экологическом праве Российской Федерации: проблемы и перспективы // Вестник Удмуртского ун-та. Серия «Экономика и право». - № 4. - 2014. - С. 119-124.
2. Вагин В. Внедрение НДТ – путь к повышению конкурентоспособности промышленности [Электронный ресурс] // Тюменские известия. - № 53. - 2016. URL: <http://t-i.ru/article/new/6576> (дата обращения: 14.02.2017).
3. О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 21 июля 2014 № 219-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // Российская газета, 2014. - № 166; 2016. - № 146.
4. О фонде [Электронный ресурс] // Официальный сайт Фонда развития промышленности. URL: <http://frprf.ru/o-fonde>.

Страновые модели корпоративной социальной ответственности

Страновые модели корпоративной социальной ответственности (КСО) базируются на нескольких концепциях социально-трудовых отношений, сформированных на основе трипартизма или взаимодействия органов государственной власти, работодателей и профсоюзов как представителей работников. Три модели социального сотрудничества, описанные ниже, признаны широко распространенными в мире и оказали значительное воздействие на организацию системы КСО.

Первая модель, присущая для государств Северной Европы (Бельгии, Нидерландов, Норвегии, Финляндии, Швеции), подразумевает главенствующую роль государства в урегулировании социально-трудовых взаимоотношений, совершающихся на трех ступенях: национальном, отраслевом и на уровне отдельных предприятий.

Вторая модель, практикуемая в США, Канаде, в странах Латинской Америки, Японии и англоязычных странах Африки, специфична урегулированием социально-трудовых взаимоотношений на уровне предприятий и в наименьшей степени – на отраслевом или региональном уровне. Влияние государства реализуется принятием законодательных и нормативных актов, направлениями рекомендаций и требований.

Третья модель, характерная для Центральной Европы (Австрии, Германии, Франции) и отчасти для Великобритании, является сочетанием двух предшествующих моделей, представляющих исключения для европейской модели. К примеру, согласно Л. Эрхарду, государство непременно участвует в социально-трудовых отношениях, однако предприниматели и профсоюзы самостоятельны в своих действиях [1, с. 28].

Несмотря на непосредственное сходство в определении КСО, страны применяют разнообразные подходы к технологии ее реализации. Приведем некоторые примеры. Американская модель зародилась на рубеже XIX века и из-за особенностей ведения предпринимательства в США, заключающегося в независимости и свободе деятельности субъектов, абсолютно все зоны общественных отношений сформировались как саморегулируемые. Данная модель сформировала и внедрила механизм участия бизнеса в социальной поддержке общества посредством создания корпоративных фондов (фонды корпоративного пенсионного обеспечения работников, выплат дополнительных пособий по безработице, выплат пособий по инвалидности). Социально-ответственное поведение и социальные инвестиции корпораций поощряются налоговыми льготами, зафиксированными законодательно. Поэтому США представляет классический пример осуществления концепции КСО при минимизированном государственном участии [2, с. 59].

В современных условиях социально-экономического развития американская модель социально ответственного поведения компаний является наиболее

распространенной среди бизнеса различных стран. Таким образом, выбирая американскую модель социально-ответственного поведения, компаниям необходимо обеспечить привлечение местной власти, общественных организаций и населения в процесс выбора объектов социального инвестирования, а также отследить результат от сделанных вложений. При условии выполнения данных принципов можно говорить об обеспечении необходимого уровня прозрачности компании, доверия к ее деятельности со стороны местных сообществ. Это, в свою очередь, служит поводом для широкого освещения деятельности компании в региональных и национальных СМИ, формирует ее позитивный имидж обществу.

В отношении Европы вопрос о становлении КСО на континентальном уровне возник в связи с возникновением Европейского движения предпринимателей за социальную консолидацию в 1996 году, основанного при содействии Генерального директората по проблемам занятости, производственных отношений и социальных вопросов Европейской комиссии. В формировании европейской модели КСО центральную роль сыграл чрезвычайный саммит Европейского союза, проходивший в марте 2000 г. в Лиссабоне. На саммите главы государств и правительств 15 стран ЕС утвердили Специальное обращение по вопросам КСО, которое обозначило, что расширение социальной ответственности бизнеса представляет перспективный элемент экономических и социальных реформ, дополнительным явлением, от внедрения которого станут создания новых рабочих мест и повышение конкурентоспособности компаний [3, с. 87].

Корпоративная социальная ответственность в европейских странах контролируется законами, стандартами и нормами, соответственно, самой характерной особенностью модели является государственное урегулирование данной сферы. В большинстве европейских государств законодательно закреплена деятельность предприятий по охране природы, пенсионное регулирование и медицинское страхование. Иными словами, для европейских компаний базовый уровень КСО подразумевает немалый объем социальных инициатив.

Если сравнить европейскую и американскую модели, выясняется, что в США основой экономической ответственности является доходность организации и ответственность перед акционерами, а в Европе к КСО также относят проблемы ответственности перед работниками и местными сообществами. Европейская модель отличается продуманностью правил ведения бизнеса и жестким законодательством в сфере КСО. Государство в Европе предстает как институт, который приводит в исполнение принятые правила поведения, напротив, в США вторжение государства в дела бизнеса расценивается как нарушение свободы. Этическая ответственность в США определяется уровнем поддержки корпорацией местного сообщества, в Европе высокая степень социальной защищенности гарантируется «принудительным путем» - через высокие налоги. Американские компании понимают благотворительность широко и распространяют ее как на сферы искусства, культуры, так и на образование, в Европе ответственность за финансирование этих сфер в ведении государства.

Таким образом, модели КСО, используемые странами на противоположных берегах Атлантического океана, обладают следующими различиями:

1) в США подход к правоприменению базируется на позициях прецедентного права, в европейских странах законодательство более кодифицировано;

2) в США социальные программы осуществляются через благотворительные фонды, в Европе упор делается на адресные социальные программы и бизнес-проекты;

3) в Европе распространен принцип коллективной солидарности, тогда как в Америке отношения в сфере труда и социальной политики опираются на принцип индивидуализма;

4) информационное сопровождение мероприятий КСО в США многогранное в отличие от Европы, где выше и намного строже требования к корпоративной социальной активности.

Несмотря на различия, американская и европейская модели КСО имеют общее начало: отношение к проблемам экологии или противодействие со стороны экологических движений планам бизнеса. В последнее время обе модели направляют деятельность в сторону расширения социальных программ, так как существенные бюджетные расходы по обе стороны океана побудили правительства обратиться к бизнесу с просьбой о помощи в выполнении социальных программ.

Таким образом, в отличие от американской модели, базой европейской модели социальной ответственности является не корпоративный меркантилизм, а государственный. Государство заинтересовано в благополучном и стабильном обществе, а так как общество в большинстве своем состоит из наемных работников, то и социальная ответственность компаний под давлением правительства приобретает формы ответственности перед работниками.

Список литературы

1. *Дементьев А. Г.* Модели корпоративного управления в условиях глобализации. - М.: Издательство «URSS», 2011.

2. *Коротков Э. М., Александрова О. Н., Антонов С. А.* Корпоративная социальная ответственность: учебник. - М.: Юрайт, 2012.

3. *Кричевский Н. А., Гончаров С. Ф.* Корпоративная социальная ответственность. - М.: Дашков и К, 2008.

Н. М. Нуркен

Кокшетауский государственный университет им. Ш. Уалиханова, Республика Казахстан, г. Кокшетау

Научный руководитель: А. С. Бельгибаева

Социально-экономические проблемы развития сельских территорий

Сельские территории Казахстана обладают огромным природным, экономическим, демографическим и историко-культурным потенциалом, поэтому именно их состояние в основном определяет как динамичное развитие экономики страны в целом, так и повышение благосостояния всего населения.

Отсутствие дифференцированного подхода к развитию сельских территорий привело к формированию преимущественно аграрного сектора сельской

экономики, неразвитости социально-бытовой инфраструктуры и другим серьезным проблемам.

В настоящее время к числу набирающих остроту проблем следует отнести миграцию сельского населения в города и пригородные территории без учета возможностей существующего рынка труда, социальной и инженерной инфраструктуры последних. Это одна сторона проблемы.

Другая сторона проблемы заключается в том, что в итоге сельские территории приходят в запустение и, как следствие, подрывается база трудовых ресурсов сельского хозяйства. Наиболее сложная ситуация складывается в северных и восточных регионах страны с благоприятными аграрно-экономическими и природно-климатическими условиями. К примеру, в Восточно-Казахстанской области страны за последние 15 лет произошло сокращение 298 малонаселенных сел, в Северо-Казахстанской - 168 сел [1].

Поселенческо-демографический потенциал сельских территорий составляет в настоящее время около 7000 поселков и аулов, в которых в настоящее время проживает около 43% населения страны. При этом нужно учитывать тот факт, что сельское население является непосредственным хранителем культуры, традиций и нравственности народов Казахстана.

Демографические процессы на селе характеризуются, в первую очередь, сокращением численности сельского населения, что обусловлено, прежде всего, естественной его убылью и миграционным оттоком населения.

Численность сельского населения страны на начало 2016 г. составила 7604,04 тыс. человек. Наибольший удельный вес в структуре населения страны сельское население занимало в 2008 году – 46,9%. В 2015 г. он составил 43%, что практически равно его значению в 1991 г.

Основной фактор сокращения сельского населения – миграционный отток, составивший 0,8% численности жителей села. Миграционная убыль составила 63529 человек (таблица 1).

Таблица 1

Итоги миграции сельского населения, чел.*

	2005 г.			2015 г.		
	прибыв- шие	выбыв- шие	миграционный прирост (убыль)	прибыв- шие	выбыв- шие	миграционный прирост (убыль)
Миграция, всего	103921	147071	(43150)	138696	202225	(63529)
в том числе:						
внутренняя	72336	131745	(59409)	130815	196957	(66142)
из них:						
межрегио- нальная	26082	49429	(23347)	50211	70389	(20178)
региональная	46254	82316	(36062)	80604	126568	(45964)
внешняя	31585	15326	16259	7881	5268	2613

* Данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан.

Отрицательное сальдо внутренней миграции населения в сельской местности – 66142 человек – на 69,5% обусловлено региональным перемещением (число выбывших превысило число прибывших на 45964 человек), было частично компенсировано за счет положительного сальдо внешней миграции.

Все регионы республики имеют сельские территории, разница лишь в их доле в общей площади и численности населения. При этом условия жизни сельских жителей в большинстве из них до настоящего времени остаются непривлекательными.

Неблагоприятная демографическая ситуация, вследствие которой неуклонно прогрессирует сокращение численности сельского населения, в том числе и трудоспособной его части, усугубляет положение с трудовыми кадрами на селе.

Производственные и социальные проблемы, существующие в сельской местности, вызывают интенсивный отток специалистов. В настоящее время наблюдается недостаток профессиональных кадров и ухудшение качественного состава кадров в предприятиях, которые расположены на сельских территориях [2].

В основе нежелания выпускников сельскохозяйственных учебных заведений работать на селе лежат социально-экономические (размер заработной платы, условия труда, проблемы жилья, быта и культуры) и социально-психологические факторы, в том числе и престиж работы.

Основными причинами миграции молодежи из села в город являются: безработица; ограниченность в получении желаемого профессионального образования и карьерном росте; слабо развитое жилищное строительство; дорожно-транспортные проблемы; низкий уровень медицинского и торгового обслуживания.

Перелив сельских трудовых ресурсов в город обусловлен неудовлетворенностью условиями жизнедеятельности, в первую очередь низкими доходами. Бедность стала главной проблемой села, она порождает множество порочных социальных явлений, таких, как деградация, люмпенизация и маргинализация [3]. В ряде аграрных регионов десоциализация и депопуляция села и сельских территорий уже приобретают необратимый характер.

Проблема сокращения занятости сельчан в сельхозорганизациях усугубляется ограниченностью сфер приложения труда в сельской местности, так как нет возможности трудоустроиться где-либо, кроме сельхозпредприятия.

Это создает социальную напряженность и поэтому важно развивать подсобные производства и промыслы, малое предпринимательство, несельскохозяйственный бизнес на селе, а также организовать переподготовку и повышение квалификации кадров. Этому могли бы способствовать собственники сельхозорганизаций совместно с местными органами власти [4, с. 30].

Для решения социально-экономических проблем села необходимо принять меры, направленные на активное социально-экономическое развитие сельских территорий, создание более благоприятных условий для развития предпринимательства, особенно в сфере сельского хозяйства, в том числе заготовки и переработки сельскохозяйственной продукции и развития бытовых услуг.

Список литературы

1. Об утверждении Основных положений Генеральной схемы организации территории Республики Казахстан от 30 декабря 2013 года, № 1434.

2. Гиззатова А. И., Ким А. А. Актуальные проблемы аграрного рынка труда в Республике Казахстан // Проблемы агрорынка. - 2015 г. - № 4.

3. Анохина Я. В., Баранова И. А. Проблемы и основные направления устойчивого развития сельских территорий // Сб. II Международной очно-заочной научно-методической и практической конференции: Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе. - г. Новосибирск. – 2016 г. - С. 448.

4. Бельгибаева А. С. Тенденции развития интеграционных процессов в аграрной сфере Республики Казахстан // Проблемы агрорынка. - 2016 г. - № 2. - С. 28-35.

К. И. Огородников

Самарская государственная сельскохозяйственная академия, г. Самара

Научный руководитель: К. А. Жичкин

Эффективная государственная поддержка производства биодизеля в условиях Самарской области

Государственная поддержка механизмов развития производства биотоплива является актуальной частью системы бюджетного регулирования сельскохозяйственного производства.

Правительство стимулирует развитие производства и использования биотоплива в различных его проявлениях (биодизель, биоэтанол и др.) [7, с. 46]. Организационно-экономические мероприятия поддержки производства должны включать: разработку и принятие целевых законодательных актов; повышение инвестиционной привлекательности строительства новых и модернизации существующих производственных мощностей биотоплива; мероприятия государственного регулирования всех участников производственной деятельности и применения биотоплива на основе растительного сырья; мероприятия по повышению привлекательности для машиностроительных предприятий, а также для сельскохозяйственных производителей, перепрофилировавшихся для работы на сырье растительного происхождения; мероприятия государственной поддержки по снижению степени негативного влияния разнообразных отходов сельского хозяйства на окружающую среду [3, с. 14; 8, с. 89].

В настоящее время научно обоснованной методики финансирования механизмов государственного регулирования производства биотоплива не существует, что не способствует объективизации распределения бюджетных средств [9, с. 88].

Разработанная методика позволяет провести расчет оптимального размера государственной поддержки производства биотоплива по трем сценариям с применением возможностей Microsoft Excel при минимальных затратах времени [1, с. 152; 6, с. 97].

Составлена модель оптимизации государственной поддержки производства биотоплива хозяйствами, выращивающими масличные культуры с учетом выделенных направлений государственного финансирования.

X_{1-8} – виды масличных культур;

X_{9-14} – основные направления государственной поддержки;

X_{15-17} – организационно-правовые формы хозяйствования.

Для записи модели приняты следующие обозначения:

Z – объем государственной поддержки выращивания i -го вида культуры для производства биотоплива.

Целевые функции:

1. Оптимизация уровня государственной поддержки с учетом основных видов масличных культур, используемых для производства биотоплива, для обеспечения региона биотопливом:

$$Z = \sum C_i * X_i \rightarrow \max;$$

2. Максимизация площадей масличных культур для производства биотоплива с целью увеличения прибыли:

$$A = \sum A_i * X_i \rightarrow \max;$$

3. Минимизация затрат при достижении объема производства, обеспечивающего хозяйство достаточным количеством биотоплива:

$$C = N_i \sum a_{ij} * X_i \rightarrow \min.$$

Модель позволяет получить оптимальную структуру размеров производства, величину материально-денежных и трудовых затрат, валовую и товарную стоимость биотоплива, ожидаемую величину прибыли в разрезе всех организационных форм производства. Основная задача разработанной методики состоит в достижении оптимальных размеров производства при минимальных затратах, приводящих к определению оптимального уровня государственной поддержки сельскохозяйственного производства биотоплива, обеспечивающего хозяйство [5, с. 48].

Решение поставленной задачи дает возможность получить оптимальную систему государственного регулирования производства биотоплива, эффективную в смысле выбранных критериев. Практическая реализация предложенной модели: во-первых, потребует привлечения ведущих специалистов в области растениеводства масличных культур, которые в состоянии на количественной основе описать эти зависимости; во-вторых, необходимо тщательное тестирование модели, ее идентификация на основе неполной и неточной информации, в ходе которой будет оценена часть параметров и, по всей видимости, изменены экспертные зависимости. Так как речь идет о построении качественно иной системы государственного регулирования отрасли, в основе которой лежат современные информационные технологии, широко применяются методы математического моделирования [2, с. 81; 4, с. 3830].

По проведенным в разработанной модели расчетам, оптимальный размер государственной помощи отрасли по рассчитанному первому сценарию должен

равняться 1163,6 млн руб. В этом случае финансовые ресурсы должны распределяться по следующим направлениям: льготная система налогообложения, кредитования, дотирования и субсидирования производства аккумулирует средства в размере не менее 465,5 млн руб.; создание биотопливного производства – 407,3 млн руб.; система страхования посевов – 174,5 млн руб.; развитие информационно-консультационной службы и техническое переоснащение – 91,9 млн руб.; прочие направления – 24,4 млн руб. При реализации второго сценария сельскохозяйственная площадь, занятая под масличные культуры в условиях Самарской области, должна возрасти на 47,1 тыс. га. Это в большой степени сможет решить проблемы обеспечения хозяйств, занимающихся производством биотоплива, сырьем, а также позволит улучшить тяжелую финансово-экономическую ситуацию некоторых сельхозтоваропроизводителей. По третьему сценарию бюджетные расходы для достижения планируемых объемов производства составят 32567 тыс. руб. Разница между валовой стоимостью и дизельным топливом для одного хозяйства составит 86,1 тыс. руб.

Разработанная методика позволит получить оптимальную структуру производства биотоплива, а также определить величину материально-денежных и трудовых затрат, валовую и товарную стоимость биотоплива, ожидаемую величину прибыли в разрезе всех организационных форм производства. В целом, это позволит оптимизировать используемый инструментарий с точки зрения эффективного использования бюджетных средств и обеспечения биотопливом Самарской области.

Список литературы

1. Жичкин, К. А. Государственное регулирование свиноводства на региональном уровне (на материалах Самарской области): монография / К. А. Жичкин, И. С. Курмаева. – Самара: РИЦ СГСХА, 2011. – 162 с.
2. Жичкин, К. А. Особенности оценки эффективности применения современных технологий в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Аграрный вестник Верхневолжья. – 2016. - № 1. – С. 80-86.
3. Жичкин, К. А. Оценка комплексов машин в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Актуальные направления развития техники и технологий в России и за рубежом – реалии, возможности и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции. – Княгинино: НГИЭУ, 2016. – С. 14-16.
4. Жичкин, К. А. Оценка современных технологий в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования: I Международная научно-практическая Интернет-конференция. – Солёное Займище: ПНИИАЗ, 2016. – С. 3830-3838.
5. Жичкин, К. А. Поддержка сельхозтоваропроизводителей в Венгерской Республике / К. А. Жичкин // Экономика сельского хозяйства России. – 2008. – № 2. – С. 45-49.
6. Жичкин, К. А. Подходы к моделированию ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин // Аграрный вестник Верхневолжья. – 2016. №4. – С. 97-104.

7. Жичкин, К. А. Принципы оптимизации функционирования государственного регулирования экономики / К. А. Жичкин, И. С. Курмаева, Т. А. Баймишева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. - №9. – С. 45-50.

8. Жичкин, К. А. Теоретические основы планирования / К. А. Жичкин // Аграрная наука в условиях инновационного развития АПК: сборник научных трудов. – Кинель: РИЦ СГСХА, 2015. – С. 88-90.

9. Носов, В. В. Исследование причинно-следственной связи между показателями, характеризующими субсидированное сельскохозяйственное страхование / В. В. Носов, М. М. Кошелева, О. К. Котар // Аграрный научный журнал. – 2016. – № 3. – С. 88–92.

Я. В. Оленичева

Череповецкий государственный университет, Вологодская обл., г. Череповец
Научный руководитель: Н. Н. Яшалова

Инновационная активность отечественных предприятий в контексте экономической политики России

В современных условиях развитие инновационных технологий принято считать приоритетным направлением в экономической политике России. В настоящее время осуществляется активная государственная деятельность по поддержке внедрения инноваций на различных предприятиях. Эффективность функционирования инновационных систем влияет на конкурентоспособность российских компаний на мировом высокотехнологичном рынке [2]. Инновации в широком смысле подразделяются на: продуктовые (включающие новое сырье и материалы, комплектующие, которые создают абсолютно новый продукт) и процессные (изменяют метод организации производства). Инновация возникает в результате инновационной деятельности. Инновационная деятельность – это деятельность, в процессе которой появляются новые идеи, методы и технологии развития производства, реализованные на предприятии с целью удовлетворения общественных потребностей. Таким образом, инновационная деятельность служит инструментом для создания инноваций [1]. Развитие инновационной деятельности особенно необходимо в современном мире. С каждым годом появляются все новые технологии развития производства, внедряются новшества в действующее оборудование, а значит, разработка инноваций не стоит на месте. В таблице 1 представлены данные по инновационной активности организаций за 2011-2015 гг. по федеральным округам России [4].

Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций) по субъектам Российской Федерации

	2011	2012	2013	2014	2015
Российская Федерация	10,4	10,3	10,1	9,9	9,3
Центральный федеральный округ	10,2	10,9	10,7	10,9	10,9
Северо-Западный федеральный округ	11,2	11,0	10,7	10,3	9,6
Южный федеральный округ	6,5	7,4	7,2	7,7	7,8
Северо-Кавказский федеральный округ	5,2	6,4	5,9	6,5	4,7
Приволжский федеральный округ	12,7	11,9	11,7	11,4	10,6
Уральский федеральный округ	11,5	10,6	9,6	8,9	7,9
Сибирский федеральный округ	8,8	8,5	9,1	8,8	8,0
Дальневосточный федеральный округ	11,2	10,8	9,5	8,9	7,2
Крымский федеральный округ	-	-	-	9,6	4,5

Начиная с 2011 г. наблюдается спад удельного веса организаций, осуществляющих различного рода инновации по России в целом. Это связано в первую очередь с тем, что с 2010 г. изобретательская деятельность более направлена на крупные предприятия. Малый бизнес не может позволить себе новейшее оборудование и технику, так как не имеет достаточных финансовых возможностей. Также неопределенность рынков сбыта пугает инвесторов, и предприятиям становится сложнее найти себе заемные средства для развития инновационных технологий. Отсутствие значимой материальной государственной поддержки тоже оказывает свое влияние на внедрение инноваций. Центральный федеральный округ по удельному весу организаций, осуществляющих инновации, имеет достаточно стабильное положение. С 2011 по 2015 гг. инновационная активность предприятий выросла с 10,2% до 10,9%. Это обусловлено тем, что одни из наиболее значимых научно-исследовательских центров находятся именно в данном федеральном округе. Рост инновационной активности организаций наблюдается в Южном федеральном округе. В связи с политикой импортозамещения продовольственной продукции сельское хозяйство активно начало внедрять инновационные технологии для увеличения производительности труда. Худшие показатели темпов роста инновационной активности организаций имеют Крымский федеральный округ, Дальневосточный федеральный округ, Уральский федеральный округ. Для наиболее точной картины инновационной активности предприятий по субъектам Российской Федерации необходимо рассмотреть затраты на технологические инновации организаций. Представим эти данные в таблице 2 [4].

**Затраты на технологические инновации организаций
по субъектам Российской Федерации (в млн руб.)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Российская Феде- рация	400 803,8	733 816,0	904 560,8	1 112 429,2	1 211 897,1	1 203 638,1
Центральный фе- деральный округ	103 963,0	275 677,1	304 871,5	305199,2	377883,3	411465,9
Северо-Западный федеральный округ	35 966,5	78 489,6	82 831,7	164 167,9	92 916,6	87 877,6
Южный федераль- ный округ	10 066,7	15 182,1	38 470,9	45 169,9	67 365,7	70 070,1
Северо-Кавказский федеральный округ	6 504,8	2 094,3	2 898,5	5 596,8	9 746,1	5 909,1
Приволжский фе- деральный округ	79 303,3	165 199,9	244 103,7	284 845,9	331 308,2	300 124,5
Уральский феде- ральный округ	92 205,6	103 872,7	106 259,0	130 916,9	122 952,7	120 131,4
Сибирский феде- ральный округ	48 626,7	63 345,1	83 554,5	132 576,7	150 313,9	140 231,8
Дальневосточный федеральный округ	24 167,3	29 955,0	41 570,9	43 955,9	59 152,4	67 231,0
Крымский феде- ральный округ	-	-	-	-	258,4	596,8

Затраты на технологические инновации организаций с 2013 г. в целом по Рос-
сии уменьшаются. Именно это могло оказать влияние на снижение инновационной
активности предприятий. Снижение инвестиций на развитие новейшего оборудо-
вания и техники связано с ситуацией на международной арене, в том числе с санк-
циями, которые не позволяли ввозить высокотехнологичную продукцию на рос-
сийский рынок (большинство инновационной техники поступает в РФ из-за рубе-
жа). Следует отметить рост вложений в инновационные технологии с 2010 по 2011
гг. Практически в два раза возросли затраты на высокотехнологичную технику.
Снижение темпов вложений в инновации не коснулось Центрального федерального
округа, наоборот, наблюдается рост затрат на высокотехнологичную технику и
производство. Поэтому и инновационная активность данного округа практически
не пострадала. В Южном федеральном округе также наблюдается рост затрат на
инновационные технологии. Возможно, именно это поспособствовало постоянному
росту инновационной активности предприятий. Несмотря на активные капиталов-
ложения в развитие инноваций Дальневосточного федерального округа, в послед-
ние годы удельный вес организаций, осуществляющих инновации, снизился. Рез-
кое снижение затрат на технологические инновации в Северо-Западном федераль-
ном округе не сильно сказалось на инновационной активности предприятий данно-
го округа, хотя и повлекло за собой некоторое снижение. Затраты на технологиче-
ские инновации в Крымском федеральном округе увеличились примерно в два раза

с 2014 по 2015 гг., но удельный вес организаций, использующих новейшее оборудование и технику, снизился практически в два раза. Почему так произошло – вопрос дискуссионный и требует дальнейших исследований.

Таким образом, статистический анализ демонстрирует, что инновационная активность предприятий напрямую зависит от вложений в данную отрасль. Хотя, как показывает практика, бывают и исключения. Безусловно, проводимая государством экономическая политика по активизации инновационной активности очень важна для предприятий, но многое зависит от менеджеров организаций, которые могут продумать новые менее затратные методы производства продукции.

Благодаря инновациям на предприятии формируется множество внутренних резервов, которые в дальнейшем способствуют интенсивному росту продуктивности труда. Технические инновации позволяют организации наращивать потенциал эффективности использования основных средств, а также развивают динамическую систему управления факторами роста производительности труда [3].

Список литературы

1. *Веретенникова О. В., Шеина Е. Г.* Сущность и классификация инноваций и инновационной деятельности // Известия УрГЭУ, 2011. - № 5(37). - С. 151.
2. *Дулетин Ю. А., Казакова Н. В.* Некоторые аспекты терминологического анализа инновационной деятельности и процессов трансфера инноваций // Проблемы современной экономики, 2009. - № 4. - С. 48.
3. *Папян Г. Р.* Особенности влияния технических инноваций на рост производительности труда // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения, 2015. - № 8 (21). - С. 69.
4. Росстат. URL: <http://www.gks.ru/>.

В. А. Павлович, А. Б. Козелков

Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, Республика Беларусь, г. Гродно

Научный руководитель: М. Е. Карпицкая

Перспективы развития государственно-частного партнерства в Республике Беларусь

Мировой опыт последних двух десятилетий в сфере практической реализации государственно-частного партнерства (ГЧП) на уровнях национальных экономик подтвердил тот факт, что рассматриваемый подход является одним из наиболее эффективных инструментов привлечения инвестиций в капиталоемкие инфраструктурные проекты. Кроме того, объективно ясно, что для системного развития данного направления необходимо наличие соответствующей законодательной базы.

В результате необходимости развития механизма ГЧП и создания законодательной базы в Республике Беларусь 30 декабря 2015 г. был подписан Закон Республики Беларусь № 345-З «О государственно-частном партнерстве». В соответствии с данным Законом государственно-частное партнерство – это юридически оформлен-

ное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество государственного и частного партнеров в целях объединения ресурсов и распределения рисков, отвечающее целям, задачам и принципам, определенным настоящим Законом, осуществляемое в форме соглашения о государственно-частном партнерстве [2].

В ст. 5 Закона «О государственно-частном партнерстве» указано, что данный механизм может осуществляться в отношении объектов инфраструктуры в сферах дорожной и транспортной деятельности, коммунального хозяйства и коммунальных услуг, энергетики и иных сферах, оставляя указанный перечень открытым.

В развитие Закона о государственно-частном партнерстве принято постановление Совета Министров Республики Беларусь от 06.07.2016 № 532 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. «О государственно-частном партнерстве». Данное постановление определяет процедурные моменты при подготовке проекта государственно-частного партнерства и устанавливает основные требования к необходимым документам.

В июле 2016 г. было принято постановление Министерства экономики № 49 «О проектах государственно-частного партнерства», в котором определены требования к технико-экономическому обоснованию предложений о реализации проектов ГЧП и конкурсной документации, методика оценки предложений о реализации проектов ГЧП, а также установлены формы концепции и паспорта проекта ГЧП [3].

В результате становления ГЧП как формы сотрудничества в Республике Беларусь Межведомственным инфраструктурным координационным советом и Министерством экономики Республики Беларусь совместно с другими организациями в 2015 г. был создан Национальный инфраструктурный план на 2016–2030 гг. (НИП). В данном документе определены 100 приоритетных для Республики Беларусь инфраструктурных проектов с общим объемом инвестиций по указанным проектам более 3 млрд долл. США. Из данного перечня проектов в дальнейшем планируется выделение перечня проектов, которые могут быть реализованы на принципах ГЧП.

На данный момент отобраны семь пилотных проектов ГЧП:

1) реконструкция автомобильной дороги М–10: граница Российской Федерации (Селище) – Гомель – Кобрин, км 109,9 – км 184,5 (ориентировочная стоимость проекта – 343 млн долл. США);

2) строительство магистральной автодороги в г. Гомеле протяженностью 41,35 км, с учетом строительства моста через реку Сож и 5 путепроводов (136,5 млн долл. США);

3) строительство Бешенковичской ГЭС (33 МВт) на реке Западная Двина Витебской области (186 млн долл. США);

4) реконструкция комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница № 3 г. Гродно» под «Гродненский областной клинический онкологический диспансер» (200 млн долл. США);

5) строительство завода для сжигания мусора (тепловой мощностью до 1,2 МВт и электрической мощностью до 1,0 МВт) в г. Бобруйске Могилевской области (130 млн долл. США);

6) строительство детских дошкольных учреждений в регионах Минской области (25,24 млн долл. США);

7) капитальный ремонт с реставрацией фасадов и реконструкцией под гостиничный комплекс объектов, расположенных в западной части Кобринского укрепления Брестской крепости (31 млн долл. США) [1].

Следует отметить, что проведенный в рамках НИП анализ затрат на финансирование объектов инфраструктуры Республики Беларусь показывает, что сумма ежегодных инвестиций в период с 2006 по 2014 гг. составляла порядка 2 млрд долл. США. Суммарная потребность в инвестициях на период с 2016 по 2030 гг. оценивается в размере 62,3 млрд долл. При сохранении прежних объемов финансирования в строительство и реконструкцию инфраструктуры может быть вложено только порядка 30 млрд долл. США, что составляет 48% от общей потребности в инвестициях в объекты инфраструктуры. Таким образом, инфраструктурный разрыв (дефицит) прогнозируется на уровне 32,3 млрд долл. США или 2,15 млрд долл. США ежегодно. Одним из перспективных вариантов сокращения указанного разрыва является применение механизма ГЧП [1].

Среди основных препятствий для развития механизма ГЧП в Беларуси можно выделить следующие:

- высокая доля предприятий государственной собственности;
- отсутствие четкой модели определения финансирования проектов ГЧП;
- недостаток квалифицированных кадров;
- невысокий уровень информированности и знаний о ГЧП у региональных органов власти.

В связи с этим можно предложить следующие пути решения:

- активизация предпринимательской инициативы, повышение эффективности деятельности предприятий, находящихся в государственной собственности;
- совершенствование законодательства в области подготовки конкурсной документации для проведения конкурса по отбору частных партнеров, разработки критериев отбора частных партнеров и концессионного или инвестиционного соглашения; определение четкой структуры финансирования проектов ГЧП;
- подготовка квалифицированных кадров в области управления проектами ГЧП;
- повышение информированности о механизме ГЧП и стимулирование региональных органов власти к сотрудничеству.

Таким образом, можно сделать вывод, что реализация механизма государственно-частного партнерства позволит расширить возможности финансирования инфраструктурных проектов в Республике Беларусь за счет привлечения средств частных инвесторов, а также повысит экономическую эффективность реализации инфраструктурных проектов для инвесторов. Предложенный комплекс мероприятий позволит активизировать процесс разработки законодательной базы, позволяющей определить эффективные регуляторы отношений, складывающихся между субъектами в процессе осуществления государственно-частного партнерства. Это свидетельствует о заинтересованности государства в развитии данного вида сотрудничества с субъектами хозяйствования частного сектора. Привлечение частного партнера позволяет повысить эффективность реализации проектов, так как бизнес зачастую имеет больший опыт применения передовых технологий, а также более эффективно управляет рисками, в том числе за счет принятия оперативных управленческих решений.

Список литературы

1. Национальный инфраструктурный план 2016–2030 гг. [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2016. – Режим доступа <http://www.economy.gov.by/> – Дата доступа: 08.02.2017.
2. О государственно-частном партнерстве: Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. № 345-З: принят Палатой представителей 10 декабря 2015 г.: одобрен Советом Республики 18 декабря 2015 г. [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2016. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/> – Дата доступа: 08.02.2017.
3. Правовые и организационно-экономические аспекты реализации проектов ГЧП рассмотрели на семинаре в Минске [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2016. – Режим доступа <http://www.economy.gov.by/ru/news/> – Дата доступа: 08.02.2017.

И. А. Пархоменко

*Луганская государственная академия культуры и искусств им. М. Матусовского,
г. Луганск*

Научный руководитель: Л. А. Дейнека

Конкурентоспособность как один из факторов обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий в ЛНР

Сейчас экономика молодой Луганской Народной Республики (ЛНР) переживает очень сложный период. Мировой экономический кризис, недостатки законодательства, которое находится в стадии формирования, экономические реформы правительства, устаревшие техника и технология, некомпетентность персонала – это все оставляет свой след на деятельности предприятия в целом и на его развитии в частности. Поэтому успешное функционирование и экономическое развитие предприятий во многом зависит от совершенствования их деятельности.

Этим объясняется актуальность определения и разработки эффективных подходов и рекомендаций, направленных на обеспечение экономической и финансовой безопасности предприятия.

Имеется достаточно большой пласт методологических вопросов и реальных проблем, которые в разное время изучали исследователи как отечественные, так и зарубежные

Однако, несмотря на столь большой объем исследований, проблема экономической и финансовой безопасности по сей день остается нерешенной и нуждается в соответствующих исследованиях, тем более в ЛНР.

Основным фактором обеспечения экономической безопасности является финансовое равновесие между доходностью, ликвидностью и риском хозяйствующего субъекта [4, с. 41-48], то есть финансовая безопасность является главной составляющей, обеспечивающей экономическую безопасность предприятия.

В режиме устойчивого функционирования предприятие при решении задач своей экономической безопасности акцентирует главное внимание на поддержании

нормального ритма производства и сбыта продукции, на предотвращении материального и/или финансового ущерба, на недопущении несанкционированного доступа к служебной информации и разрушения компьютерных баз данных, на противодействии недобросовестной конкуренции и криминальным проявлениям [3, с. 35-38].

Объективный фактор, объясняющий многие причины отечественных экономических и социальных трудностей, снижающихся темпов экономического развития за последние годы, с одной стороны, и причины повышения эффективности производства и уровня жизни в развитых странах - с другой, - это уровень экономической и финансовой безопасности [5, с. 52-56].

Существенную угрозу экономической безопасности фирм составляет опасность захвата зарубежными инвесторами контрольных пакетов акций ведущих предприятий. В соответствующей ситуации они способны заблокировать производство конкурентоспособной продукции и не допустить ее не только на мировой рынок, но и на внутренний рынок ЛНР [8, с. 23-26].

Еще не так давно перед Республикой очень остро стоял вопрос обеспечения продовольственной безопасности. Сущность экономической безопасности как системы экономических интересов заключается в поиске механизмов компромисса между обеспечением национальных интересов страны, финансовой безопасностью и рисками.

Большими усилиями постепенно удастся запускать пищевую промышленность, налаживать работу предприятий мукомольной, хлебопекарной, кондитерской, молочной, масложировой, плодоовощной, пищевкусовой, пивоваренной, рыбоперерабатывающей, винодельческой, табачной, макаронной отраслей и даже запускать производство безалкогольных напитков и ликеро-водочных изделий, а также мясоперерабатывающей отрасли.

В ЛНР продукты питания занимают ведущее место в импорте - больше 50%. Основные экспортеры - Российская Федерация, Белоруссия. На рынках и в некоторых торговых сетях также присутствуют продуктовые товары Донецкой Народной Республики (ДНР) и товары украинского производства. За 2015 год ЛНР осуществила импорт 3,5 млн тонн товаров на сумму 42,3 млрд рублей, 58% которого составили продовольствие и сельскохозяйственное сырье. Наблюдается рост конкуренции между производителями продуктов питания в ЛНР и ДНР, что привело в конце 2015 года к применению ограничительных мер в поставках продуктов питания.

Финансово-экономическая безопасность является ключевым элементом системы обеспечения общей национальной безопасности страны. Стабильное внутреннее производство обеспечивается благоприятной экономической средой, в которой действуют хозяйствующие субъекты.

Совокупно в республике проживает – 1,506 млн человек. С точки зрения количества потенциальных потребителей, ЛНР вполне достойный экономический партнер, но, к сожалению, покупательная способность в регионе остается крайне низкой. Стоит отметить, что она в 2016 году существенно выросла по сравнению с прошлым годом после того, как в республике стабильно начали выплачивать пенсии и в определенной степени наладились выплаты заработной платы бюджетникам, но это не намного изменило покупательную способность. Средняя пенсия в

ЛНР- 1500 рублей, средняя заработная плата - около 5000 рублей, в связи с чем развитие внутреннего рынка происходит крайне медленно.

В то же время низкая стоимость труда в ЛНР - это достаточно серьезное конкурентное преимущество для местных производителей. Также колоссальным толчком к экономическому развитию республики было бы создание торговых посредников на территории России, Южной Осетии или других государств, которые бы могли помочь ЛНР восстановить кооперационные связи.

Поэтому в ЛНР создаются благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства, формируются механизмы господдержки бизнеса, упрощается ведение бизнеса. Создаются условия для осуществления внешнеэкономической деятельности, расширения экономического сотрудничества с зарубежными странами, развития таможенно-логистической инфраструктуры, усовершенствования системы работы пунктов пропуска.

Государственными программами экономического развития ЛНР на 2017 год определены семь основных приоритетных направлений [1]:

1. Обеспечение жителей ЛНР качественным образованием, медицинским обслуживанием, социальной защитой, услугами пассажирского транспорта, развитием института семьи, патриотическим, физическим, нравственным воспитанием молодежи, улучшением материального благосостояния населения путем создания достойных условий труда и продуктивной занятости населения.

2. Обеспечение продовольственной безопасности.

3. Насыщение внутреннего рынка продуктами питания отечественного производства.

4. Восстановление инфраструктуры и жилого фонда республики после разрушений.

5. Создание благоприятных условий для привлечения внутренних и внешних инвестиций.

6. Реформирование законодательной базы для установления льгот и гарантий для инвесторов и создание позитивного инвестиционного имиджа республик, содействие восстановлению и стабилизации работы промышленного потенциала республики.

7. Налаживание внутренней и внешней кооперации, повышение уровня энергоэффективности производства, увеличение загрузки производственных мощностей промышленных предприятий, восстановление логистических цепочек, каналов поставок сырья и переориентации на внешние рынки сбыта готовой продукции и оказания услуг.

С целью создания условий для производства безопасной и качественной продукции в Луганской Народной Республике, содействия ее экспорту и повышения конкурентоспособности, предотвращения импорта и реализации продукции, опасной для жизни, здоровья и имущества граждан и окружающей природной среды, утверждены Временные правила обращения продукции, подлежащей обязательной сертификации в ЛНР [2].

Кроме основных целей и приоритетов на 2017 год в ЛНР утверждены основные государственные целевые программы, где указываются прогнозируемые показатели социально-экономического развития республики и перечень инвестиционных проектов.

Эти меры в перспективе приведут к созданию новых конкурентоспособных продуктов повышенного качества с увеличенным жизненным циклом, снижению себестоимости выпускаемой продукции, обеспечению безубыточной деятельности, сохранению производственного потенциала в 2017 г., а также к увеличению объемов производства.

Таким образом, экономическая безопасность предприятия и его управление должно основываться на целях успешного функционирования и развития во всех сферах его деятельности и влияния, а не на принципе максимализации прибыли. Основная работа СЭБ должна основываться на превентивной (предупредительной) модели, но, если воздействие угрозы невозможно предупредить, тогда следует минимизировать причиненный ущерб с помощью модели активного реагирования. И на результатах проведенных работ усовершенствовать и исправить методы превентивных мер для предотвращения ущерба в будущем, ведь предупредить негативные проявления легче, чем бороться с их последствиями.

Список литературы

1. Постановление Совета министров ЛНР от 3 ноября 2016 года №619 «Об утверждении целей (ориентиров) и приоритетов социально-экономического развития Луганской Народной Республики в 2017 году, основных прогнозных показателей социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2017 год, перечня государственных целевых программ для реализации в 2017 году, перечня приоритетных государственных целевых программ и перечня приоритетных инвестиционных проектов, которые будут разработаны в 2017 году». [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://sovminlnr.su/akt/03.11.2016/619.pdf>.

2. Постановление Совета министров ЛНР от 26 августа 2016 года № 438 «Временные правила обращения продукции, подлежащей обязательной сертификации в Луганской Народной Республике». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sovminlnr.su/akt/26.08.2016/438.pdf>.

3. *Новикова О. Ф.* Економічна безпека: концептуальне визначення та механізм забезпечення / под ред. О. Ф. Новиковой, Р. В. Потоколенко. Інститут економіки промисловості НАН України – Донецьк Издательство «Прима», 2006. – 407с.

4. *Евдокимов Ф. И., Белозубенко В. С., Бородин О. А.* Факторы и методы оценки экономической безопасности предприятия. [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://masters.donntu.org>

5. *Терехов И. С.* Экономическая безопасность предприятия как успешная составляющая современного бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bre.ru/security>.

Профессиональная востребованность на российском рынке труда – текущие тенденции и грядущие перспективы

Это тема актуальна, потому что востребованность профессий меняется стремительно. Те профессии, которые были на пике вчера, могут оказаться совершенно ненужными уже завтра. Этому способствуют такие факторы, как старение населения, быстрое технологическое развитие, работа на дому, увеличение перепроизводства (предложение сильно превышает спрос) [4].

Из общего, довольно длинного списка профессий, на период 2016–2020 гг. наиболее перспективные:

1. ИТ-специалист. Наиболее востребованными остаются профессионалы в области информационных технологий. Потребность в таких кадрах превышает все мыслимые пределы. Компании нуждаются в системных администраторах, программистах и веб-программистах. А учитывая постоянное развитие этой сферы, спрос на ИТ-специалистов будет расти с каждым годом. Средняя зарплата составляет от 60 тыс. рублей [3].

2. Инженер-проектировщик. Специалисты строительной отрасли весьма востребованы на рынке труда. Не менее востребованы архитекторы и дизайнеры.

3. Педагог. Традиционно ощущается нехватка в учителях. Школам все сложнее найти квалифицированного преподавателя. Возможно, в будущем с пересмотром заработной платы работникам образования профессия станет не только востребованной, но и популярной.

4. Юрист. Весьма востребованы на рынке труда, но здесь необходим серьезный опыт, который приходит с годами. Профессионалы с юридическим образованием нужны практически в любой организации.

5. Медик. Несмотря на то, что в прошлом профессия врача была не особо популярной, сейчас наблюдается потребность в работниках медицинской сферы. При этом особенно востребованы специалисты узкого профиля: диетологи, логопеды, офтальмологи, отоларингологи. Но медиков, как и учителей, наблюдается явный дефицит, и эта отрасль встретит с радостью специалиста любого профиля. Наиболее же высокооплачиваемыми остаются стоматологи - 70000 рублей.

6. Маркетолог. Необходимы практически в любой сфере деятельности. Перенасыщенному товарам и услугами рынку требуются грамотные маркетологи, которых сейчас очень мало. Эти специалисты призваны проводить мониторинг рынка и прогнозировать, какая продукция или услуга необходимы в настоящее время [1].

В 2017 году для женщин актуальны следующие направления деятельности: психолог, администратор, повар-кулинар, медик, менеджер по продажам, педагог, товаровед, директор учебного заведения.

Также можно рассмотреть такой аспект, как высокооплачиваемые профессии в России: энергетик или инженер - 500 тыс. рублей; юристы – 150-500 тыс. рублей;

бухгалтеры - 350 тыс. рублей (зависит от опыта работы бухгалтера, его профессиональных навыков, а также от уровня компании); менеджеры по внутренним коммуникациям - от 100-250 тыс. рублей; маркетолог - 100 тыс. рублей.

Подводя итог всему вышесказанному, в список наиболее востребованных профессий 2017 г. в России входят врачи, учителя и менеджеры. В будущем они останутся на прежнем уровне, потому что обойтись без грамотных и хорошо обученных людей в этой области никогда не получится. Более того, сегодня очень быстро развивается сфера IT-технологий, поэтому специалисты в этой области тоже пользуются популярностью [2].

Список литературы

1. Сайт: EDUNews <http://edunews.ru/professii/rating/vostrebovannie-Russia.html>.
2. Сайт: RussInfo.net <http://russinfo.net/finance/zarplata/perechen-samyx-perspektivnyx-i-vysokooplachivaemyx-professij-v-2017-godu.html>.
3. Сайт: Ведомости <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/12/22/670718-professii-vostrebovannimi>.
4. Сайт: Профориентация: кем стать http://www.proforientator.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2438.

Е. А. Рихмайер

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: С. А. Гальченко

Подходы к анализу и оценке конкурентоспособности торговых домов

Вопрос анализа и оценки конкурентоспособности предприятия является сложным и комплексным, поскольку конкурентоспособность складывается из множества различных факторов, которые необходимо учесть. Существует множество подходов к оценке конкурентоспособности и лишь применение их в комплексе даст более точный результат и поможет определить направления повышения конкурентоспособности. Изучив исследования Томпсона А. А. [6, с. 139], систематизируем и схематично представим основные методы оценки конкурентоспособности предприятий (рисунок 1).

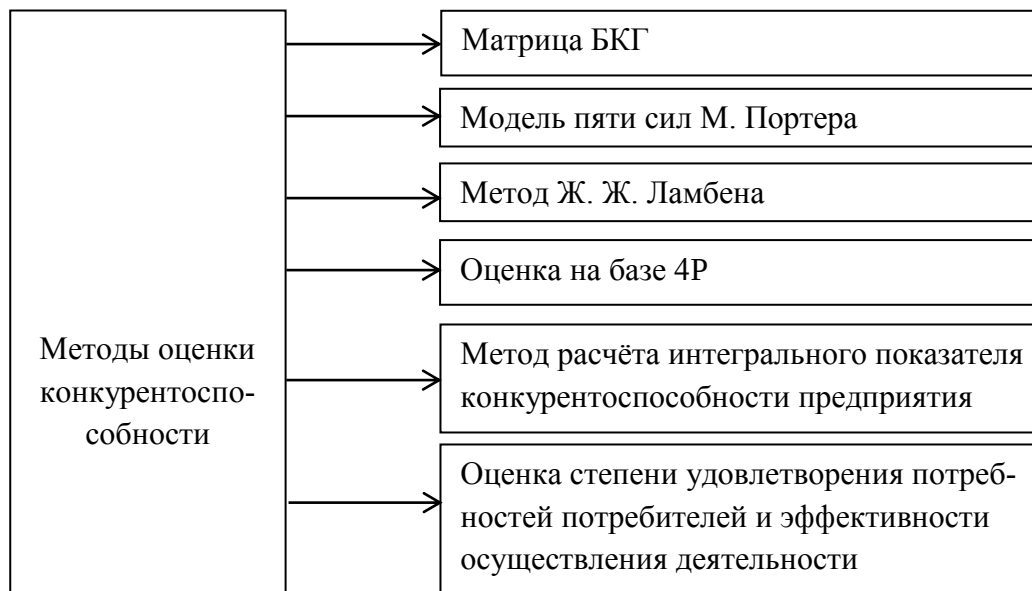


Рис. 1. Подходы к анализу и оценке конкурентоспособности

Раскроем смысл, рассмотрим особенности, плюсы и минусы данных подходов.

Матричный метод был разработан Бостонской консалтинговой группой (другое название «матрица БКГ»), чтобы оценить возможности бизнес-портфеля и предложить дальнейшие инвестиционные стратегии. Данный подход использует для анализа относительную долю рынка и отраслевые факторы, темп роста. Особенностью анализа является классификация бизнес-портфеля на четыре категории, основанные на привлекательности отрасли (темпы роста отрасли) и занимаемой конкурентной позиции (относительная доля рынка). Полученные показатели позволяют оценить вероятную доходность в зависимости от денежных средств, необходимых для поддержки этого блока и денежных средств, полученных ею, в результате чего определяется, какие объекты в бизнес-портфеле наиболее выгодные, а какие нет. После принимается решение, в какую продукцию необходимо инвестировать, а от каких стоит избавиться.

Далее рассмотрим модель пяти сил Портера, с помощью которой анализируются пять конкурентных сил организации, а также определяются слабые и сильные стороны в отрасли, и представим схематично на рисунке 2.

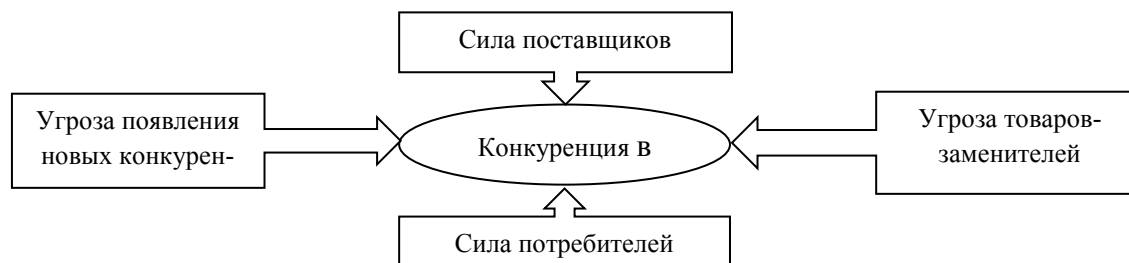


Рис. 2. Модель пяти сил Портера

Данный способ, как правило, используют для определения структуры отрасли, для того чтобы после определить дальнейшую корпоративную стратегию. Применение данной модели возможно к любому сегменту экономики для поиска прибыльности и привлекательности [1, с. 54].

Оценка конкурентоспособности методом Ж. Ж. Ламбена [3, с. 213] основывается на сравнительной оценке конкурентоспособности организации, коэффициент которой определяется как отношение балльных оценок компаний к балльным оценкам лидера (компания, получившая наивысшую суммарную балльную оценку, ему присваивается коэффициент, равный: 1. Высокий уровень конкурентоспособности достигается при коэффициенте от 1,0 до 0,9; средний уровень – от 0,9 до 0,7; низкий уровень конкурентоспособности – ниже 0,7.

Анализ конкурентоспособности организации на базе 4Р (продукт, цена, каналы сбыта, продвижение на рынке). При оценке данным методом всем факторам конкурентоспособности присваивается балльная оценка, например, от 1 до 5 баллов и подсчитывается общая сумма баллов. Недостатком данного метода является то, что оценка факторов конкурентоспособности субъективна.

По мнению Меньшиковой М. А. [4, с.33], метод расчёта интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, наоборот, предполагает последовательное прохождение нескольких этапов и расчёт точных показателей, которые после анализируются и дают право принимать решения по направлению развития и повышения конкурентоспособности организации, рассмотрим их [5, с. 72].

1 этап – расчет единичных показателей конкурентоспособности предприятия и их сравнительный анализ с аналогичными показателями конкурентов;

2 этап – нахождение критериев конкурентоспособности по формулам расчета групповых показателей;

3 этап – расчет интегрального показателя конкурентоспособности предприятия.

Конечно, расчет интегрального показателя конкурентоспособности предприятия позволяет проследить всю многосторонность производственно-финансовой деятельности предприятия, имеет математическое обоснование, что можно считать достоверным при оценке конкурентоспособности экономического субъекта, но объёмные расчёты и необходимость высококвалифицированных специалистов для интерпретации полученной аналитической информации требует времени [2, с. 251].

Однако изучение особенностей деятельности торговых домов показывает, что анализ конкурентоспособности торговых домов должен проводиться иначе, с помощью показателей, выражающих отличия предприятий по уровню удовлетворенности потребностей потребителей и по эффективности осуществления деятельности в целом. Следовательно, можно утверждать, что уровень конкурентоспособности современных торговых домов необходимо определять по двум основным направлениям: во-первых, конкурентоспособность производственной функции (подразумевает под собой оценку качества производимых изделий); во-вторых, конкурентоспособность торговой функции и торгово-сервисных услуг, которые тоже подразделяются на две составляющие – конкурентоспособность, оцениваемая конечными потребителями, и конкурентоспособность, оцениваемая промежуточными потребителями. Если говорить об оценке производственной функции, то она должна производиться, безусловно, конечными потребителями, потому что именно они потребляют товары. Промежуточный же потребитель может оценить качество продукции на основе изучения динамики ее продаж и поступающих жалоб. Конечный

потребитель в свою очередь оценивает общий результат деятельности торговых домов – «продукт – услугу». Но при этом прослеживается необходимость привлечения новых потребителей, среди которых особый интерес представляет повышение уровня потребительской удовлетворенности путем продвижения «продукт – услуги». Таким образом, оценка конкурентоспособности торговых домов должна производиться на основе оценки удовлетворенности конечных и промежуточных потребителей предлагаемыми «продукт – услугами».

Список литературы

1. *Квасникова, В. В.* Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие [Текст] / *В. В. Квасникова, О. Н. Жучкевич.* – М.: НИЦ ИНФРА – М; Мн.: Нов. знание, 2013. – 184 с.
2. *Кнышова, Е. Н.* Экономика организации: Учебник [Текст] / *Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова.* – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА – М, 2013. – 336 с.
3. *Ламбен, Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / *Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг.* – Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2016. – 718 с.
4. *Меньшикова, М. А.* К вопросу о выработке эффективного стиля управления [Текст] / *М. А. Меньшикова, С. А. Гальченко* // Auditorium. – 2014. – №3 (3). – С. 32-35.
5. *Носкова, О. Г.* Методы оценки конкурентоспособности организации [Текст] / *О. Г. Носкова* // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2013. – № 23. – С. 71–75.
6. *Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент: создание конкурентного преимущества [Текст] / *А. А. Томпсон* и др. / Пер. с англ. *Н. А. Коневской* и *Н. А. Лавской*; под ред. *Н. А. Коневской.* – М.: Вильямс, 2015. – 592 с.

И. А. Ромашкова

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва
Научный руководитель: *Т. П. Максимова*

Оценка основных экономических показателей, влияющих на экономическую политику России

Сущностные характеристики экономической политики (Economic policy) национальной системы экономики заключаются в разработке и реализации совокупности мер, а также действий правительства по выбору и осуществлению экономических решений на макроэкономическом уровне. Концептуальные различия в направлении экономической политики заключаются в том, на что делается основной акцент: на стимулирование совокупного спроса или совокупного предложения [1, гл. 21]. Эффективная реализация данной политики несомненно приводит к достижению наиболее значимых для государства целей, а оценка таких показателей, как ВВП, уровень инфляции, цена нефти, особенно влияют на общее развитие страны.

ВВП - показатель статистики национального дохода в системе национальных счетов; выражает совокупную стоимость конечных товаров и услуг, произведенных на территории данной страны, в рыночных ценах [10]. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата) ВВП в 2016 году составил 85880,6 млрд руб. [8].

Интересный прогноз был предоставлен аудиторской компанией PwC, которая утверждает, что к 2050 году Россия в общемировом списке стран по ВВП поднимется с 10 места (по данным декабря 2015 года) [2] на шестое и станет первой страной в Европе по данному показателю [3]. Аналогичный тренд прогнозов экономического развития РФ на 2017–2019 год представлен и в официальных документах Госдумы РФ, в которых подчеркивается, что уже в 2019 году темпы роста ВВП достигнут 4,4%. Также сказано, что показатель приблизится к благоприятной отметке лишь при условии «постепенного снижения процентных ставок, начала реализации новых крупных инвестиционных проектов и мер экономической политики, направленных на активизацию факторов экономического роста и повышение эффективности экономики» [6, 6 стр.]. Таким образом, мы можем судить о дальнейшем положительном влиянии ВВП на экономическую политику России. Но не следует забывать, что эти предположения подразумевают некоторые исходные условия. Например, экономический рост и отсутствие угрожающих стране катастроф.

В РФ основным экономическим показателем, характеризующим инфляцию, на данный момент остается индекс потребительских цен (ИПЦ), так как именно он является главным коэффициентом динамики стоимости жизни населения. Из множества показателей его выделяют из-за простоты и наглядности построения (см. сравнительная диаграмма 1 с уровнем ИПЦ на все товары и услуги за 2014–2017 гг.).

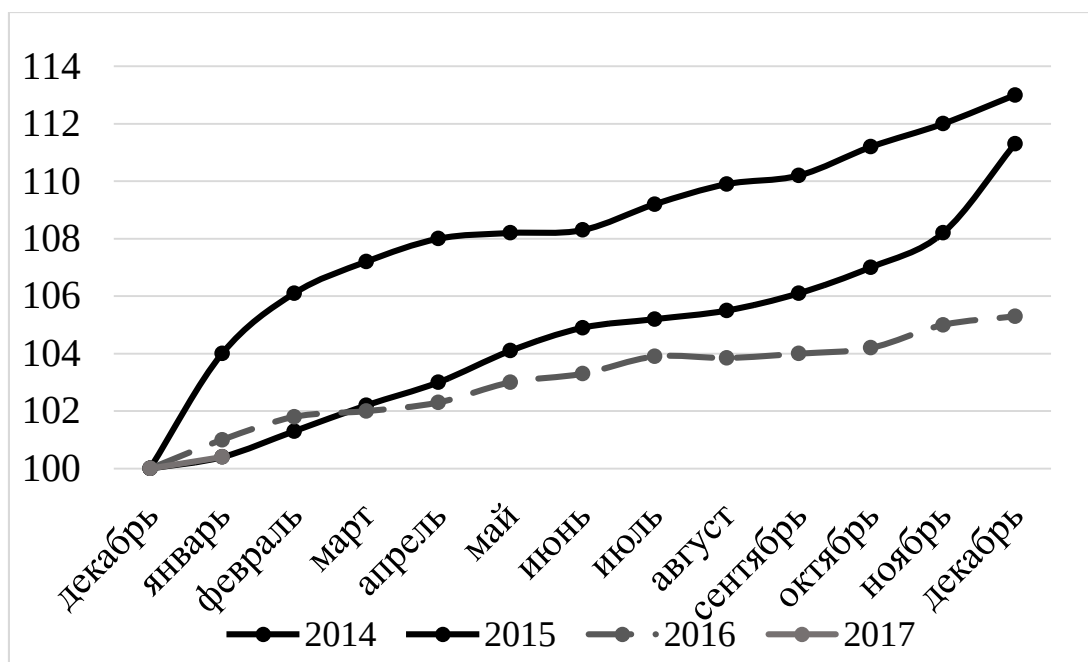


Диаграмма 1. ИПЦ на все товары и услуги

Источник: данные Федеральной службы государственной статистики РФ [8].

По данным диаграммы 1 мы можем сделать вывод о том, что, начиная с 2015 года происходит явное снижение данного показателя. Проведем сравнительный анализ по декабрю предыдущего года. Так, в конце 2015 года ИПЦ составляет 113%, в 2016 году уже 105%. Сейчас, если быть точнее, то в январе 2017 года ИПЦ составляет 101,1% [8]. Как известно, высокая инфляция означает понижение покупательской способности. Несомненно, это отрицательно влияет на спрос, рост экономики и, собственно, на уровень жизни населения. Сбережения, потребление, производство, инвестиции так же подвержены негативному влиянию, и это все вместе сказывается на устойчивом экономическом развитии [9].

Необходимо сказать, что на данный момент по данным центрального банка России уровень инфляции составляет 5% (январь 2017 года). Поставлена цель снизить до 4% уже в этом году. Будем надеяться, что Россия добьется цели [9]. По прогнозам Госдумы на 2017 год замедление инфляции будет умеренным. Показатели снизятся до 4,5%. А вот в 2018–2019 гг. инфляция достигнет уровня 4,3% и 4,1% соответственно [6].

Отдельный интерес представляют показатели доходов от экспорта сырьевых ресурсов, так как зависимость России от сырьевого сектора, по-прежнему, довольно высока. Изменения цены на нефть сильно влияет на положение дел в экономике страны. Поэтому риски все еще остаются. Подтверждением высказанного тезиса служит оценка Всемирного банка, рассматривающего при прочих равных условиях, ситуацию в стране, когда цены на нефть увеличились на 15%. Согласно прогнозам Всемирного Банка, экономический рост России в 2017 году составит не 1,5, а 2,1%. Глава Минэнерго России Александр Новак в своем интервью также заявил, что в 2017 году мы сможем наблюдать более высокие цены на нефть относительно текущей цены (\$55). Так же он утверждает, что зависит это от сбалансированности спроса и предложения [7]. Однако в условиях сокращения цен на нефть очевидны обратные процессы: сокращение ВВП примерно в два раза (до 0,7%) [3]. В январе 2016г. средняя фактическая экспортная цена на нефть составила 230,3 доллара США за 1 тонну (82,0% к декабрю 2015 г.). Изменения цен будет напрямую зависеть от исполнения принятых в 2016 году договоренностей о сокращении нефтедобычи государствами ОПЕК и не входящими в картель странами [7]. Основные показатели по объемам добычи нефти основных игроков рынка на линии предложения в настоящее время держатся на следующем уровне: Россия – 10466 тыс. [8]; Страны ОПЕК – 32335 тыс. [4]; Саудовская Аравия – 10091 тыс. баррелей в день [8];

Существуют разные оценки относительно прогнозов, связанных с ценами на данный ресурс. Например, самый высокий прогноз у Raymond James – \$83 за баррель, а самый низкий у GMP FirstEnergy – \$44,90 за баррель [7].

Таким образом, оценивая основные экономические показатели, представленные официальной национальной статистикой; сравнивая различные прогнозы аналитиков и представителей государственной власти РФ, можно сделать вывод о неоднозначности существующих подходов: с одной стороны, присутствуют оценки и прогнозы устойчивого экономического роста. С другой стороны, точность прогнозов в динамике зависит от многочисленных внешнеэкономических факторов и возможных экономических шоков. Поэтому при

выработке стратегии национальной экономической политики следует учитывать ее возможные тактические изменения.

Список литературы

1. *Максимова В. Ф.* Экономическая теория. – М.: Юрайт, 2014. – Гл. 21.
2. Официальный сайт «The World Bank» [Электронный ресурс] // Портал The World Bank. – 2017. – <http://www.worldbank.org> (дата обращения 21.02.2017).
3. Официальный сайт «Газета. ру» [Электронный ресурс] // Портал Gazeta.ru. – 2017. – <https://www.gazeta.ru> (дата обращения 21.02.2017).
4. Официальный сайт «ГосМенеджмент» [Электронный ресурс] // Портал gosman. – 2017. – <http://www.gosman.ru> (дата обращения 21.02.2017).
5. Официальный сайт «Министерство экономического развития РФ» [Электронный ресурс] // Портал Минэкономразвитие. – 2017. – <http://economy.gov.ru> (дата обращения 23.02.2017).
6. Официальный сайт «Министерство экономического развития РФ» [Электронный ресурс]. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов. – 2017. – <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/2016241101> (дата обращения 20.02.2017).
7. Официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс] // Портал РБК. – 2017. – <http://www.rbc.ru> (дата обращения 20.02.2017).
8. Официальный сайт «Федеральная служба государственной статистики» [Электронный ресурс] // Портал Росстат. – 2017. – <http://www.gks.ru> (дата обращения 18.02.2017).
9. Официальный сайт «Центральный банк РФ» [Электронный ресурс] // Портал cbr. – 2017. – <http://www.cbr.ru> (дата обращения 18.02.2017).
10. *Кузнецов С. А.* Большой толковый словарь русского языка [Текст] // СПб., 2003.

А. А. Россинская

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: К. В. Коптева

Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия розничной торговли

Розничная торговля – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [1].

В настоящее время в условиях ужесточенной конкуренции предприятиям все труднее организовывать успешную деятельность на рынке. В связи с этим, им приходится использовать различные инструменты повышения уровня конкурентоспособности, среди которых можно выделить маркетинг.

Маркетинг – это вид управленческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей по средствам обмена [2, с. 47]. Он включает в себя комплекс различных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа предприятия в глазах потребителей и совершенствование финансово-хозяйственной деятельности. Данные мероприятия требуют определенных вложений: финансовых и человеческих ресурсов. Поэтому оценка эффективности маркетинговой деятельности является актуальным направлением.

На сегодняшний день единых методических основ всеобъемлющей оценки эффективности маркетинга, доступной для практического применения, не существует [5, с. 34].

Понятие «эффективность» может рассматриваться в двух аспектах. Во-первых, под эффективностью понимают итоговое значение какой-либо деятельности в целом, то есть эффект. Во-вторых, она может рассматриваться как коэффициент результативности (степени соответствия полученных результатов запланированным) какой-либо деятельности без учета затрат.

Основными целями оценки эффективности маркетинга на предприятии розничной торговли, во-первых, является определение областей, в которых существуют проблемы. Во-вторых, выявление новых потенциальных возможностей предприятия. И, наконец, разработка комплекса организационных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности в целом.

Аудит маркетинговой деятельности должен проводиться с учетом таких характеристик, как всеобъемлемость, систематичность, независимость и периодичность [3, с. 604].

Все методы оценки маркетинга можно разделить на пять групп: качественные, количественные, социологические, балльные и информационные (табл. 1) [4, с. 147].

Таблица 1

Классификация методов оценки эффективности маркетинговой деятельности

Название	Краткая характеристика
Качественные методы	Использование маркетингового аудита, анализ качественных сторон деятельности предприятия. Методы описательного характера, определяющие основные показатели работы предприятия без их количественного выражения.
Количественные методы	Соотнесение затрат и валовой прибыли, расходов на маркетинговые коммуникации и объема продаж. Характеризуют итоговые финансовые показатели деятельности предприятия.
Социологические методы	Нацелены на использование инструментов прикладной социологии – разработку программы социологического исследования и его проведение.
Балльные методы	Анализ эффективности маркетинга с помощью выставления баллов по критериям соответствия процессов по всем маркетинговым мероприятиям.
Информационные методы	Оценка эффективности маркетинговой деятельности с помощью различных компьютерных программ.

При оценке эффективности маркетинговой деятельности необходимо рассмотреть две группы показателей: внутренние и внешние. Внутренние показатели являются существенными в целях контроля себестоимости продукции, затрат, оборачиваемости активов, общего расчета рентабельности. Внешние показатели позволяют оценить внешние рыночные условия, конкурентоспособность предприятия, эффективность сотрудничества с потребителями.

Механизм оценки эффективности маркетинговой деятельности интегрирует три взаимозависимых блока: аналитический, оценочный и блок конкретных действий по результатам оценки.

В основе аналитического блока лежит комплексный анализ, направленный на оценку положения предприятия на рынке, что дает возможность оценить эффективность применяемых стратегий маркетинга, реальный потенциал и фактические ресурсные возможности.

Оценочный блок предполагает нахождение возможных отклонений от запланированных показателей. Здесь осуществляется контроль за объемом и качеством проданных товаров/услуг с учетом имеющихся ресурсов.

Блок действий формирует управленческие решения по достижению запланированных целей с учетом сроков и ответственных за выполнение. Сущность данного блока состоит в корректировке маркетинговой деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятии розничной торговли, как и на любом другом, имеет большое значение. Она позволяет на основе анализа достижения целей выделить те области работы предприятия, которые нуждаются в корректировке, тем самым повышая эффективность не только маркетинговой, но и хозяйственно-финансовой деятельности в целом.

Список литературы

1. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Текст]: Федеральный закон Российской Федерации. – М.: Эксмо, 2011. – 32 с.

2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга, 4-е изд., перераб. и доп. [Текст] / *Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Д., Армстронг Г.* – М.: Вильямс, 2012. – 1200 с.

3. *Аверкин М. Г.* Обзор существующих подходов к оценке эффективности маркетинговой деятельности [Текст] / *М. Г. Аверкин, А. С. Щеглетова.* – Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12-4 (41-4). – С. 603-608.

4. *Анфиногенова Е. Б.* Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий [Текст] / Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2012 г.). - СПб.: Реноме, 2012. - С. 147-149.

5. *Галетов И. Д.* Сложности в проведении оценки эффективности использования инструментов маркетинга [Текст] / *И. Д. Галетов, Т. И. Гулюгина.* – Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – № 51-52. – С. 34-39.

А. И. Савельева

Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, г. Москва

Научный руководитель: Н. М. Квач

Анализ финансового состояния АО РСК «МиГ»

В настоящее время анализ финансового состояния является одним из важнейших индикаторов успешности функционирования предприятия и позволяет оценить качество управления всем имущественным комплексом хозяйствующего субъекта.

В работе, на основании данных публичной бухгалтерской отчетности за 2014–2015 г., был проведен анализ АО РСК «МиГ», которое является ведущим отечественным производителем авиационной техники, объединившим в рамках единой юридической структуры профильные организации, обеспечивающие все элементы жизненного цикла производимых летательных аппаратов – от разработки концепции, эскизного и рабочего проектирования, постройки опытных образцов и их испытаний до маркетинга, серийного производства и технической поддержки в процессе эксплуатации, а также обучения летного и инженерно-технического состава.

Анализ бухгалтерского баланса показал, что за рассматриваемый период произошел рост имущественной массы организации на 13982787 тыс. руб. или на 8,2%. Такое увеличение активов свидетельствует о расширении деятельности организации и сопряжено с привлечением внешних источников финансирования. Для оценки ликвидности организации был сформирован баланс ликвидности, приведенный в таблице 1.

Таблица 1

Баланс ликвидности АО РСК «МиГ» за 2014–2015 гг. (тыс. руб.)

Актив	На 31.12. 2013 г.	На 31.12. 2014 г.	На 31.12. 2015г.	Пассив	На 31.12. 2013 г.	На 31.12. 2014 г.	На 31.12. 2015г.	Платежный изли- шек (недостаток)	
								2014	2015
A1	6273771	7114250	18688192	П1	25962186	14752124	44697825	-7637874	- 26009633
A2	41252559	49770677	55590302	П2	46245029	55885503	54929289	-6114826	661013
A3	41049503	44225082	37538293	П3	46583082	75605641	78405544	- 31380559	- 40867251
A4	49503984	56740049	59926058	П4	19289520	12416790	-6289813	44323259	66215871
Баланс	138079817	157760058	171742845	Баланс	138079817	157760058	171742845	0	0

На основании полученных данных (таблица 1) баланс АО РСК «МиГ» не является абсолютно ликвидным, в следствие недостатка высоколиквидных активов для покрытия наиболее срочных обязательств и нехватки собственного акционерного капитала, находящегося постоянно в распоряжении предприятия.

Для оценки платежеспособности в работе были рассчитаны коэффициенты ликвидности АО РСК «МиГ» (таблица 2).

Таблица 2

Расчет коэффициентов ликвидности АО РСК «МиГ»

Наименование коэффициента	Формула расчета	На 31.12. 2013 г.	На 31.12. 2014 г.	На 31.12. 2015г.	Нормативное значение
Коэффициента абсолютной ликвидности	$K_a = \frac{A1}{(П1+П2)}$	0,09	0,10	0,19	> 0,2
Коэффициент критической (быстрой) ликвидности	$K_6 = \frac{(A1+A2)}{(П1+П2)}$	0,66	0,81	0,75	От 0,6-0,8 до 1,5
Коэффициент текущей ликвидности	$K_T = \frac{(A1+A2+A3)}{(П1+П2)}$	1,23	1,43	1,12	от 1,5-2
Общий показатель ликвидности	$K_o = \frac{(A1+(0,5*A2)+(0,3*A3))}{(П1+(0,5*П2)+(0,3*П3))}$	0,62	0,69	0,60	=> 1

Данные анализа (таблица 2) показывают, что предприятие обладает низкой степенью платежеспособности, поскольку все коэффициенты ниже нормативных значений. Организации необходимо обратить внимание на работу с дебиторами и ужесточить свою кредитную политику.

Анализ финансовой устойчивости АО «РСК «МиГ» был проведен на основании оценки ряда коэффициентов (таблица 3).

Таблица 3

Анализ показателей финансовой устойчивости АО РСК «МиГ»

Наименование коэффициента	Код строки баланса	Значение коэффициента			Изменения, %			Нормативное значение
		На 31.12. 2013 г.	На 31.12. 2014 г.	На 31.12. 2015г.	2014 к 2013г.	2015 к 2014г.	2015 к 2013г.	
Коэффициент автономии (Ка)	стр.1300 / с.1700	0,12	0,05	-0,14	45,45	-266,00	-120,91	$K_a \geq 0,5$
Коэффициент финансового риска (Кфр)	(стр.1400 + 1500) / с.1300	7,69	18,12	-8,19	235,60	-45,19	-106,46	$K_{фр} \leq 1$
Коэффициент обеспеченно-	(стр.1300-1100) /	-0,38	-0,48	-0,75	126,47	156,16	197,50	$K_o \geq 0,1$

сти собственными оборотными средствами (Ко)	1200							
Коэффициент финансирования (Кф)	стр.1300/1400+1500	0,13	0,06	-0,12	42,44	-221,31	-93,93	Кф≥1
Коэффициент маневренности (Км)	стр.1300 - 1100/1300	-2,12	-5,88	3,51	277,74	-59,69	-165,79	Км≥0,5

Как видно из представленных данных, за анализируемый период все показатели финансовой устойчивости АО «РСК «МиГ» не соответствовали своим нормативным значениям, что указывает на низкую финансовую устойчивость анализируемого предприятия. Организации необходимо направить все свои усилия на укрепление финансовой устойчивости предприятия, а прежде всего на пополнение собственного капитала.

Оценка эффективности деятельности АО «РСК «МиГ» проведена на основании анализа разнообразных показателей рентабельности (таблица 4).

Таблица 4

Анализ показателей рентабельности АО РСК «МиГ»

№ п/п	Наименование показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение
1	Рентабельность активов, %	0,04	-5,95	-25,71	-25,75
2	Рентабельность оборотных активов,	0,06	-9,29	-39,49	-39,55
3	Рентабельность основных средств, %	0,27	-46,95	-145,95	-146,22
4	Рентабельность собственного капи-	0,32	-113,70	-184,82	-185,14
5	Рентабельность привлеченного ка-	0,04	-6,27	-22,57	-22,61
6	Рентабельность продаж, %	14,92	13,90	4,73	-10,19
7	Рентабельность затрат, %	1,19	-34,83	-116,83	-118,02

За анализируемый период наблюдается снижение всех показателей рентабельности предприятия (таблица 5), что свидетельствует о низкой доходности предприятия и неэффективной политике руководства организацией.

Таким образом, проведенный анализ финансового состояния АО РСК «МиГ» позволяет охарактеризовать финансовое положение организации как неудовлетворительное, имеющее тенденцию к ухудшению. В связи с чем организации предложены мероприятия, направленные на укрепление финансового состояния анализируемого предприятия, на повышение финансовой устойчивости и платежеспособности.

Список литературы

1. *Вахрушина М. А.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Вузовский учебник, 2013. – 463 с.
2. *Глазов М. М.* Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – СПб: РГГМУ, 2013. – 169 с.
3. *Ефимова О. В.* Финансовый анализ. - 3 изд., перераб., доп. – М.: Бух. учет, 2014. – 351 с.
4. *Савицкая Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия / *Г. В. Савицкая.* – Минск: Новое знание, 2014. – 320 с.
5. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под. ред. *Л. Т. Гиляровской.* – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 527 с.

В. А. Сармин

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
Научный руководитель: А. А. Новиков

Голландская болезнь – угроза или реальность для российской экономики

Не секрет, что Россия славится своим изобилием природных ресурсов. У нас есть и нефть, и газ, и драгоценные металлы, и лесные ресурсы. Словом, богатая страна - Россия. Как бы хотелось говорить это без пресловутых оговорок. Однако оговорки встречаются везде и в случае России такая оговорка достаточно существенна. Россия – страна, богатая природными ресурсами, совершенно неэффективно их использующая.

Все чаще с экранов телевизоров из уст высокопоставленных чиновников зачастую мы слышим, что необходимо развивать обрабатывающую промышленность, необходимо перестать зависеть от мировых цен на нефть и газ. Стоит отметить, что разговоры подобного плана велись «наверху» уже давно. Еще в 2000 году министр экономического развития Герман Греф, выступая в Государственной Думе, заявил о возможности возникновения у России «голландской болезни». Правда ли, что Россия больна ей уже давно? Какие действия необходимо предпринять, чтобы снизить зависимость от экспорта ресурсов в средне- и долгосрочной перспективе? А главное, как поддерживать устойчивый экономический рост в ресурсно-зависимой стране?

Для начала разберемся, что из себя представляет «голландская болезнь», которую еще называют «ресурсным проклятием». «Голландская болезнь» (ГБ) - негативный эффект, оказываемый укреплением реального курса национальной валюты на экономическое развитие в результате бума в отдельном секторе экономики [1]. Подобной болезнью в 1970-е годы переболела Норвегия после начала масштабного освоения месторождений нефти со дна Северного моря, Колумбия, когда землетрясение в Гватемале и неурожай в Бразилии вызвали резкий рост мировых цен на кофе. Настолько разные по уровню развития страны взяты в качестве примера неспроста.

Для того, чтобы с точностью определить, страдает ли Россия такой «болезнью», предлагаю выявить ее симптомы и сделать соответствующие выводы.

Главным признаком «голландской болезни» является укрепление курса рубля за счет резкого развития определенного сектора экономики. Для нашей страны таким сектором является добывающий. Россия буквально живет за счет экспорта природных ресурсов. Статистический сборник «Россия в цифрах 2015» Федеральной службы государственной статистики указывает, что экспорт минеральных продуктов в процентах к итогу 2015 года составил 63,8%.

Таблица 1

**Товарная структура экспорта Российской Федерации
(в фактически действовавших ценах)**

	2000	2010	2012	2013	2015
	в процентах к итогу				
экспорт – всего	100	100	100	100	100
продовольственные товары и с/х сырье (кроме текстильного)	1,6	2,2	3,2	3,1	4,7
минеральные продукты	53,8	68,5	71,3	71,5	63,8
продукция химической промышленности, каучук	7,2	6,2	6,1	5,9	7,4
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	4,3	2,4	1,9	2,1	2,9
текстиль, текстильные изделия и обувь	0,8	0,2	0,1	0,2	0,2
металлы, драгоценные камни и изделия из них	21,7	12,7	11,1	10,5	11,9
машины, оборудование и транспортные средства	8,8	5,4	5,1	5,5	7,4
прочие	1,5	...	1,1	1,3	1,6

Такая цифра говорит о том, что Россия получает не менее колоссальный доход от экспорта минеральных ресурсов.

Но, чтобы утверждать о наличии «голландской болезни», необходимо, чтобы бум в одном секторе экономики сопровождался спадом производства в других секторах.

Вернемся к анализу таблицы. 75,7% российского экспорта (63,8% - минеральные ресурсы и 11,9% - металлы, драгоценные камни и изделия из них) составляет продукция добывающего сектора экономики. То есть наша страна поставляет сырье, получает доход и тратит его на покупку в основном машин и оборудования (44,8%), продукции химической промышленности, товаров (18,6%) и продовольствия (14,5%) (Таблица 2. Данные за 2015 год).

Товарная структура импорта Российской Федерации

	2000	2010	2012	2013	2015
	в процентах к итогу				
Импорт- всего	100	100	100	100	100
продовольственные товары и с/х сырье (кроме текстильного)	21,8	15,9	12,8	13,7	14,5
минеральные продукты	6,3	2,3	2,4	2,2	2,7
продукция химической промышленности, каучук	18	16,1	15,3	15,9	18,6
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	3,8	2,6	2	2,1	2
текстиль, текстильные изделия и обувь	5,9	6,2	5,7	5,7	5,9
металлы, драгоценные камни и изделия из них	8,3	7,3	7,3	7,2	6,7
машины, оборудование и транспортные средства	31,4	44,4	49,9	48,5	44,8
Прочие	4,1	...	4,1	4,3	4,2

Словом, мы покупаем за границей то, что не можем произвести сами. С одной стороны, для того и существует международное разделение труда, чтобы страны, производящие один товар, продавая его, закупали товары, которые производить невыгодно или невозможно

И все-таки, страдает ли Россия «голландской болезнью»? Международное рейтинговое агентство Standard & Poor's первым среди мировых рейтинговых агентств признало, что Россия больна «голландской болезнью». Да, Россия страдает от ресурсного проклятия и, более того, продолжает оставаться индустриальной страной, потому что в условиях сильнейшего преобладания добывающего сектора в экономике (как мы выяснили выше, около 75 %) постиндустриального уровня страна не достигла.

Какие же меры следует предпринять, чтобы «излечиться» от «голландской болезни»? Например, Норвегия выбрала создание стабилизационного фонда в качестве выхода из ситуации. Но есть и другой пример, может, менее применимый к России, но достойный внимания. Великобритания, столкнувшись с «голландской болезнью», начала жесткое регулирование внешнеэкономической деятельности. Британское правительство предпринимало попытки стабилизировать курс фунта стерлингов на валютном рынке и искало новые рынки сбыта. Обе попытки увенчались успехом и, как следствие, - избавление от «голландской болезни».

Что касается России, она уже следует примеру Норвегии, создав стабилизационный (резервный) фонд. «Во-первых, резервный фонд помогает

сглаживать колебания величины государственных доходов, а следовательно, и расходов в ход цикла движения цен на сырьевые товары. Во-вторых, этот фонд помогает сглаживать колебание и экономического роста» [2]. А также резервный фонд способствует сдерживанию колебаний курса национальной валюты.

В заключение хотелось бы отметить, что Россия имеет огромный потенциал для развития экономики, но в то же время находится в условиях высоких рисков в случае резкого спада цен на нефть. Решить сложившиеся проблемы, я считаю, можно только достаточно жесткими мерами: во-первых, борьба с коррупцией, во-вторых, создание эффективных механизмов использования средств резервного фонда, предполагающих четкое ограничение полномочий управления и траты накопленных средств. Данные меры способны удержать валютный курс на приемлемом уровне, улучшить инвестиционный климат в стране, а значит, привлечь иностранные инвестиции и открыть новые рынки сбыта. А изобилие природных ресурсов должно быть хорошим подспорьем в конкуренции с другими странами. Поэтому, я думаю, стоит перестать «сидеть на нефтяной скважине» и перейти к решительным действиям по модернизации и восстановлению российской экономики.

Список литературы

1. Федеральный образовательный портал ЭСМ. <http://www.ecsocman.edu.ru/text/19278955/>.

2. *Аренд Р.* Как поддерживать экономический рост в ресурсно-зависимой экономике // Вопросы экономики. - 2015. – № 7.

А. И. Сафонов

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
Научный руководитель Е. В. Зеленкина

Задача снижения зависимости российской экономики от сырьевого экспорта

Современное развитие российской экономики базируется на стратегии экспортно-сырьевой ориентации, которая привела в целом к успеху в развитии российской экономики. Это можно оценить таким показателем, как темп роста российской экономики, который в свою очередь был достаточно высоким благодаря развитию топливно-энергетического сектора. Это отрасли нефти и газа, которые связаны с добычей и переработкой, экспортом сырьевых ресурсов за рубеж и, естественно, с их использованием.

Следует отметить, что исследования в данной отрасли в основном сосредоточены на:

- производственных возможностях различных секторов экономики, в том числе и сырьевых отраслей;
- отраслевом распределении ВВП;

- изучении влияния развития сырьевых отраслей на экономический рост и ВВП.

При этом граница производственных возможностей в двухмерном пространстве, показывающая производственный потенциал, соответственно, двух секторов национальной экономики в рамках стратегии экспортно-сырьевой ориентации, характеризует перераспределение ресурсов в сторону сырьевого сектора. Вышеназванные исследования показывают, если ресурсы перераспределяются в сторону сырьевого сектора и происходит рост производства в данном секторе за счет других отраслей, что может привести и к экономическому росту в целом. В то же время рост производственных возможностей по сырьевому сектору приводит к сокращению уровня спроса на развитие других отраслей.

Россия является вторым по величине производителем природного газа и третьим по величине производителем нефти в мире. Российские нефтегазовые доходы составляют примерно 50% доходов федерального бюджета и 68% от общего объема экспорта. При этом стратегия экспортно-сырьевой ориентации развития российской экономики реализуется в самом инерционном своем варианте: страна добывает энергетические ресурсы и экспортирует их, вследствие чего снижаются иностранные инвестиции.

Топливо-энергетический комплекс определяющим образом влияет на состояние и перспективы развития национальной экономики в целом, обеспечивая около 1/4 производства ВВП, 1/3 объема промышленного производства и доходов консолидированного бюджета России, примерно половину доходов федерального бюджета, экспорта и валютных поступлений. Экономический рост в России по-прежнему реализуется за счет экспорта энергоносителей, учитывая высокий уровень добычи нефти и газа и разнонаправленную динамику цен на эти товары.

Первоочередным условием успешного развития российской экономики является создание технологически передовой перерабатывающей промышленности, костяк которой будет образован из высокотехнологичных компаний с развитым инновационным потенциалом, «получающих основную часть доходов от продажи высокотехнологичной продукции». Именно этот сектор промышленности, будучи структурным ядром отечественной индустриальной системы, может подстегнуть развитие как обеспечивающих производств, так и индустриальной периферии. Пока это не произойдет, растрачивая как финансовые, так и институциональные усилия на отдельных, зачастую не связанных между собой направлениях, Россия рискует сильнее отстать технологически от экономически развитых держав, поддерживая развитие основной доли промышленности на инерционной основе.

Пути развития экономики и снижения зависимости от сырьевого экспорта. Среди негативных факторов, которые повлияли на отечественную экономику, числятся:

1. Резкое падение цен на нефть и структурные проблемы, которые обострились в условиях кризиса.

2. Внешнее санкционное давление, Россия по-прежнему отрезана от значительной части международных кредитных ресурсов и от рынков современных технологий.

3. Нестабильность и плохая предсказуемость глобальных рынков, которые теперь все больше подчиняются политическим законам, нежели экономическим.

Какие способы снижения зависимости происходят сейчас? В ближайшие годы в России будут поддерживаться несырьевой экспорт и импортозамещение. Между тем, уже сейчас нефтегазовые доходы федерального бюджета, который с 2017 года снова возвращается к трехлетней верстке, достигли отметки 60 процентов.

Начало некоторой диверсификации российской экономики подтолкнули снижение курса рубля и продовольственное эмбарго - под их воздействием двинулись вперед аграрный сектор и фармацевтика. Были заметны денежные вливания в военно-промышленный комплекс. Существуют планы по импортозамещению и государственной поддержке снижения доли импорта в машиностроении и других ключевых отраслях экономики.

Чтобы снизить зависимость России от продажи нефти и газа, нужны вложения в экономику, которых пока недостаточно. В прошлом году показатель нормы инвестиций составлял 18 процентов ВВП, а для того, чтобы экономика росла и меняла структуру, он должен составлять 25-30 процентов ВВП. Нужна и программа стимулирования экономики, а не ее сжатия. Кроме того, диверсификация затруднительна при снижении реальных доходов граждан, как происходит сейчас, поскольку население - это ключевой фактор спроса.

Экономике роста помогут и структурные реформы. Речь идет о сильных налоговых льготах бизнесу и снижении административного бремени, умеренно слабом курсе рубля, росте доступности кредитования и снижении процентных ставок в экономике.

Позитивной новостью можно считать и рост нефтегазовых доходов бюджета до 60 процентов. Достаточно сказать, что при прошлом планировании бюджета на три года, на 2017 год закладывался рост поступлений не от экспорта сырья только до 51 процента. Конечно, на такие показатели повлияли снизившиеся цены на нефть. Однако эта цифра говорит о том, что российская экономика пошла по пути реформ, в том числе через рост импортозамещения в сельском хозяйстве, строительстве, легкой промышленности. Что касается отказа правительства от пропорционального сокращения расходов бюджета в 2016 году, то решение можно назвать верным.

Совершенно очевидно, что задачу снижения зависимости экономики от сырьевых экспортных доходов следует решать путем опережающего наращивания несырьевой части. В целом по миру экспорт несырьевых товаров составляет 21 % мирового ВВП, сырьевых - 2,9%. Куда важнее, что, например, у Германии это соотношение равно 38,7 и 0,5% соответственно, у Китая - 22,5 и 0,1%. А вот у РФ - 13,9 и 12,8%.

Ключевым фактором, способствующим сокращению зависимости российского экспорта от доходов от продаж нефти и газа, стало снижение мировых цен на нефть и природный газ. Очевидно, что при неизменных ценах доля доходов от экспорта сырья в российской экономике сохранялась бы на высоком уровне. Что касается природного газа, то рост объемов экспорта сдерживался главным образом за счет сокращения продаж природного газа.

Стоимость сырья снизилась не только в долларовом, но и рублевом выражении. В какой-то степени именно падение цен на нефть приблизило решение, которое правительство ставит перед собой в последние годы, - снижение зависимости от углеводородов. Однако все же стоимость нефти - не единственная причина, которая позволяет рассчитывать на то, что рано или поздно Россия слезет с нефтяной иглы.

Товарная структура российского экспорта меняется, топливно-энергетическая составляющая имеет тенденцию к снижению. При этом прибавляют металлы и изделия из них, продукцию химической отрасли, переработки древесины, сельского хозяйства. Позитивные подвижки пусть и небольшие, но есть.

Таким образом, с одной стороны, Россия получила стимулы для развития перерабатывающих отраслей и прироста доли несырьевого сектора экономики в отсутствие надежд на возврат к высоким ценам на нефть, экономика частично компенсирует выпадающие доходы за счет несырьевого экспорта и опережающего роста ряда отраслей. С другой стороны, доходы от экспорта сырья были фактором, который положительно влиял на бюджетную ситуацию и потребительский рынок, и эти сектора пока не до конца адаптировались к снижению доходов.

С. С. Серикова

*Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан,
Республика Казахстан, г. Астана*

Современные вопросы эффективности бюджетного планирования

Существование такого государственного института как бюджетная система обуславливает стремление всех его участников к повышению эффективности управления бюджетными средствами. Государство, выполняющее роль субъекта распределения и перераспределения национального дохода, несет ответственность перед своими гражданами за справедливость и качество осуществления данного процесса.

В последние годы в нашей стране предприняты ряд важных шагов по реформированию государственного управления, в том числе внедрение новой системы государственного планирования, ориентированного на результат. При этом, успехи и недостатки внедряемой системы планировалось определять посредством комплексной оценки эффективности деятельности государственных органов.

Принятый Указ Президента Республики Казахстан «О Системе ежегодной оценки эффективности деятельности центральных государственных и местных исполнительных органов областей, города республиканского значения, столицы» устанавливал основные положения, принципы, блоки, определял систему органов и организации, порядок проведения, определения результатов ежегодной оценки эффективности деятельности государственных органов и их обсуждения [3]. Отметим, что результативность и эффективность использования бюджетных средств администраторами бюджетных программ является отдельным

направлением ежегодной оценки эффективности деятельности государственных органов.

Так, по мнению экспертов за 6 лет эффективность планирования бюджетных средств не повысилась. Они отмечают, что несмотря на ежегодные поручения и рекомендации, а также совершенствование нормативной правовой базы, способствующее улучшению ситуации, государственные органы не справляются с рядом задач. Можно выделить следующее:

1. Принятие трехлетнего бюджета является формальным, т.е. наблюдается детальность и реальность бюджета первого года и индикативность бюджета последующих двух лет.

2. Разрозненность стратегического и бюджетного планирования - большое препятствие на пути к эффективному планированию. Бюджет всё ещё переходный, основной фокус – на статейные расходы, а не на программные результаты. При составлении бюджетных заявок слабо учитываются ожидаемые конечные результаты. В 2015 году почти по каждой одиннадцатой бюджетной программе не достигнут результат от использования бюджетных средств.

3. У ответственных лиц все еще вызывает трудности планирование измеримых показателей, соответствующих целям и задачам государственного органа. На практике последствием некачественного планирования является то, что при высоких показателях освоения в государственных органах (99,7%), достижение запланированных прямых результатов программ составляет лишь порядка 82%.

4. Чрезмерное перебрасывание денег из одной программы на другую, которое не способствуют достижению результатов (см. таблицу 1). Администраторы используют предоставленное право, как скрытый механизм достижения освоения средств [5].

Таблица 1

Динамика перераспределения выделенных ассигнований и достижения результатов администраторами бюджетных программ

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Динамика перераспределения, %	4,7	10	4,6	5,2	5,6
Динамика достижения результатов, %	89	86	84	87	82

Таким образом, наблюдается неполное использование потенциала бюджета, ориентированного на результат, не достижение запланированных результатов при полном использовании предусмотренных бюджетных средств, что не позволяет охарактеризовать действующую систему как достаточно эффективную.

Вместе с тем, особого внимания заслуживает сбалансированность бюджета. Дефицит бюджета накладывает особые ограничения на развитие экономики. Для покрытия дефицита бюджета необходимы дополнительные сверхбюджетные доходы. Хронический дефицит бюджета представляет опасность именно в том, что является отражением неэффективной структуры национального хозяйства и трудностей в его развитии и проведении макроэкономической политики [4].

Анализ эффективности планирования бюджетных средств с точки зрения преодоления дефицита бюджета, проведенный на основе показателей, утвержденных законами Республики Казахстан о республиканском бюджете на соответствующий год, показал следующее (см. таблицу 2).

Таблица 2

Динамика ⁴уровня дефицита к ВВП в Казахстане

показатели \ годы	2013	2014	2015	2016	2017
Доходы, млрд. тенге	5152,7	6034,0	5806,8	7648,4	7896,7
Затраты, млрд. тенге	5743,7	6574,9	6805,8	8045,7	8208,3
Дефицит, млрд. тенге	- 790,6	- 1082,8	- 1257,7	-902,7	-578,1
% к ВВП	2,3	2,6	3	2	1,2

Для оценки уровня дефицита к ВВП применим критерий, принятый развитыми странами в рамках Маастрихтского договора [1]. Данный показатель касается дефицита государственного бюджета, его установленный лимит составляет 3% ВВП. Вышеприведенные данные показывают, что лимит дефицита государственного бюджета Казахстана за указанный период не превышен и более того с 2016 года имеет тенденцию к улучшению показателя, хотя еще в 2015 году наблюдался наихудший показатель, который сложился под влиянием глобального экономического кризиса из-за неустойчивости цен на нефть. Таким образом, есть основания предположить, что дефицит государственного бюджета Казахстана за последние пять лет находится на приемлемом и регулируемом уровне.

С целью решения вышеизложенных проблем предполагается новый курс повышения бюджетной эффективности в рамках новой бюджетной политики (2014–2020 годы), которая направлена на использование бюджетных ресурсов в пределах возможностей и сокращение дефицита, обеспечение бережного и продуманного бюджетно-финансового процесса [2].

Вышеизложенное приводит к выводу о том, что задача планирования бюджета не проста, с одной стороны бюджетная эффективность выражается достижением сбалансированности бюджета, с другой стороны подлинное содержание эффективности планирования бюджета показывает в большей степени 100 % достижение запланированных целей на выделенные бюджетные средства, мультиплицирующие развитие национальной экономики. В таком понимании эффективности планирования бюджета, в настоящее время в казахстанской системе планирования бюджета имеются определенные трудности, на преодоление которых направлены усилия Правительства.

⁴ Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан/ Республиканский центр правовой информации, Министерство юстиции РК. URL: <http://adilet.zan.kz>.

Список литературы

1. «Договор о Европейском союзе»: международный договор от 7 февраля 1992 года. URL: <http://dic.academic.ru>
2. «Концепция новой бюджетной политики Республики Казахстан»: Указ Президента Республики Казахстан от 26 июня 2013 года № 590 // adilet.zan.kz.
3. «О системе ежегодной оценки эффективности деятельности центральных государственных и местных исполнительных органов областей, города республиканского значения, столицы»: Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 954 // adilet.zan.kz.
4. Сухарев О. Бюджет и бюджетная эффективность: метод планирования структуры // Капитал страны федеральное интернет-издание. 2010. URL: <http://kapital-rus.ru>.
5. «Экспертное заключение о результатах оценки деятельности госорганов по управлению бюджетными средствами за 2015 год» - письмо администрации Президента Республики Казахстан от 21.06.2016 г. № 62-17.60-7.

С. С. Скрундь

Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, Республика Беларусь, г. Гродно

Научный руководитель: Е. Л. Разова

Бережливое производство как инновационная форма управления на предприятиях газоснабжающей отрасли

В современных экономических условиях обеспечение стабильности производственного процесса, своевременное выполнение объемов производства согласно предоставлению услуг при возрастающей конкуренции между предприятиями газовой отрасли и частными предприятиями, которые так же предоставляют услуги в сфере обслуживания газового оборудования, является одним из важных моментов в газовой отрасли. Основными задачами, стоящими перед предприятиями газоснабжающей отрасли, являются принципиально новые требования к специалистам и рабочим кадрам, к качеству их профессиональной подготовки и системе поддержания их конкурентоспособности. В связи с данным утверждением все больше смысл приобретает изучение персоналом бережливого производства, позволяющее рабочим и специалистам газоснабжающих организаций увеличить квалификацию или же пройти профессиональную переподготовку и получить профессию, а так же специальность, дающую право трудиться в новой сфере деятельности соответствующей запросам рынка труда.

Формирование рыночных взаимоотношений активизирует руководство предприятий газовой отрасли к экономии абсолютно всех видов ресурсов: экономии энергии, потерь при предоставлении услуг, основных материалов, теплоэнергетических ресурсов, которые мало принимались во внимание из-за незначительного вклада в себестоимость услуг. И в современных экономических

условиях необходимо использовать всегда усилия и средства с целью снижения данных издержек [1, с.12].

Для повышения производительности деятельность компании, производительности работы компании, улучшения и укрепления качества предоставляемых услуг и наращивания конкурентоспособности организации необходимо рассмотреть инструменты и методы бережливого производства. Данная методика позволяет добиваться компаниям постоянного и бесконечного совершенствования. С целью фактического введения на предприятиях могут быть использованы различные методы:

1. Система Total Productive Maintenance.
2. Карта потока создания значимости услуг.
3. Системы 5S.
4. Кайдзен – указания FI/QFI.
5. Визуализация.
6. SMED исследование.
7. Метод предотвращения ошибок.
8. Just in time (точно вовремя).
9. Общая эффективность оборудования.
10. Канбан.
11. Система совещаний (Factory Driving System).

Этот список не является исчерпывающим и может быть пополнен, так как в нем указаны только основные инструменты, позволяющие добиться результата.

Весь промышленный потенциал, вся инфраструктура компании должна базироваться на линейных операторах, рабочих. Бережливое производство предполагает вовлечение в процедуру оптимизации, любого сотрудника, и основную ориентацию на потребителя. Персонал компании - главное богатство, и только лишь с помощью него организация обладает возможностью достичь запланированных результатов. Отталкиваясь от этого, можно утверждать, что непосредственно основной проблемой системы бережливого производства является улучшение, совершенствование абсолютно всех производственных действий на уровне линейного персонала. И только лишь приобретая данное в системе, руководство компании должно определять новые задачи перед подчиненными, так как для эффективного управления производственным процессом необходима диагностика абсолютно всех действий на рабочих местах, а не только лишь анализировать показатели. Управление компании должно понимать и знать проблематичные места и затраты в компании. Инструменты и методы бережливого производства предоставляют возможность рассмотреть и испытать полноценную цепочку движения предоставления услуг клиенту. Данное видение позволяет найти затраты и понять, вследствие чего не были достигнуты цели. Метод бережливого производства – процедура постоянного совершенствования, в каждый день и каждый час, позволяющее оценить существующие на предприятии процессы и осуществить анализ, вследствие чего существующие процессы не позволяют достичь целей компании для снижения затрат.

Бережливое производство зародилось в Японии, примером внедрения и постоянного совершенствования служит компания Toyota. В данный период времени компания Toyota признается лидером в сфере введения методов

бережливого производства, что же позволило ей стать лидером в своей отрасли и повысить конкурентоспособность компании. Данная компания находилась в разрушенном состоянии после второй мировой войны. И для компании, и для целой промышленности, в общем, ставилась одна цель - догнать и обойти США в изготовлении автомобилей. И только лишь завоевав автомобильный рынок Америки, американцы стали изучать промышленность в сферы организации производства в Японии [2, с. 5].

Для достижения крупных результатов, каждый сотрудник должен следовать трем правилам в своей работе:

1. Организовать рабочее место таким способом, чтобы всегда все находилось на своих местах рядом при отсутствии лишних предметов. Все это способствует улучшению эргономичности и уменьшению рисков травм, ограждению скользких и опасных мест, снижению дефектов и времени на поиск и перемещение. Данная методика получила название 5S. 5 шагов: Сортируй – Создавай – Содержи – Стандартизируй – Соблюдай.

2. Для снижения количества поломок, необходимо улучшать обслуживание оборудования и его эксплуатацию. В помощь операторам служат FI (focused improvement) команды, которые фокусируются на решении определенной проблемы.

3. Улучшать процессы, используя метод бережливого производства согласно сокращению потерь и наращиванию эффективности.

Для того чтобы вовлечь в этот процесс любого работника следует, чтобы каждый точно и четко осознавал, какие требования предъявляются к нему и как действует управление фирмы, как оно сопряжено с потребностью выживания в обстоятельствах высочайшей конкурентной борьбы, в таком случае сформировать стремление у сотрудника в условиях бережливого производства вполне реально. Значимым моментом представляется восприятие любым работником, что же такое потери и равно как они связаны с его трудом. Для этого для начала следует каскадировать все цели. Кроме того с целью вовлечения работников может быть введение, формирование и применение основных целевых характеристик (KPI - key performance indicator). Однако с целью наиболее успешного их использования и большой эффективности необходимо, чтобы каждый работник осознавал, как он может повлиять на цели. Для успешного внедрения бережливого производства нужно поменять культуру труда на предприятии; максимально принимать во внимание интересы и требования клиентов. Это позволит высоко организовать производственный процесс, который разрешит всецело избежать лишних расходов и благополучно конкурировать в условиях современного рынка.

Список литературы

1. *Левинсон У., Рерик Р.* Бережливое производство: синергетический подход к сокращению потерь. - М.: Стандарты и качество, 2007. – 272 с.
2. *Тайити О.* Производственная система Тойоты, 2005, Институт комплексных стратегических исследований. М., 2005. – 187 с.

Анализ конкурентных преимуществ деятельности предприятия

Для коммерческой деятельности на рынке металлообработки в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции. В этой связи весьма актуальным является регулярный анализ конкурентных преимуществ. Анализ проводился в несколько этапов: сбор вторичной внешней маркетинговой информации; исследование конкурентов на рынке Курской области; построение карт стратегических групп. В настоящее время в регионе действуют 20 компании, представляющие окна. Причем наблюдается тенденция постоянного увеличения их числа. Для оценки конкурентных позиций были 10 компаний, как наиболее крупных в Курской области, что составило около 50 % от числа предприятий, работающих на рынке более 5 лет. В качестве источника информации выступили руководители, а также ведущие менеджеры исследуемых предприятий.

Среди этих компаний оказались такие, как:

- ООО «Промкооперация»;
- ООО «КурскСнабМастер»;
- ООО «Курские Металлы Плюс»;
- ООО «АртМеталл»;
- ООО «Матис»;
- ООО «Стальконструкция»;
- ООО «Стройсервис»;
- ООО «Рокот»;
- ООО «Фреза»;
- ООО «Монтажстрой».

Для того, чтобы выявить основных конкурентов ООО «Курские Металлы Плюс», необходимо сравнить его долю производства и объем рынка с его потенциальными конкурентами. Наибольший объем рынка занимает такие компании, как: ООО «АртМеталл», ООО «КурскСнабМастер», ООО «Монтажстрой». Меньший объем рынка занимают компания ООО «Стройсервис», ООО «Фреза», ООО «Рокот». И среднюю позицию занимает ООО «Курские Металлы Плюс», ООО «Матис», ООО «Стальконструкция». Одним из важнейших показателей для выявления основных конкурентов является доля компании на рынке (диагр. 1).

Из рисунка видно, что компания ООО «АртМеталл» занимает лидирующую позицию на рынке около 19 %. Таким образом все рассматриваемые компании-конкуренты можно разделить на 3 блока:

- лидеры (12% до 19%);
- середняки (8% до 11%);
- ведомые (до 7 %).



Диаграмма 1. Доля компаний Курска на рынке металлообработки

В первый блок лидеров входят такие компании, как: ООО «АртМеталл» – 19%, ООО «КурскСнабМастер» – 16%, ООО «Монтажстрой» – 15%.

Во второй блок середняки попали компании: ООО «Курские Металлы Плюс» – 10%, ООО «Промкооперация» – 11%, ООО «Матис» – 9%, ООО «Стальконструкция» – 8%.

И наконец, в третьем блоке заняли свою нишу такие компании, как: ООО «Стройсервис» – 7%, ООО «Рокот» – 3%, ООО «Фреза» – 2%.

Исходя из данных выше, можно сказать, что наибольшую долю рынка металлообработки в Курске занимают 5 компаний:

- лидер – ООО «АртМеталл»;
- ООО «КурскСнабМастер»;
- ООО «Монтажстрой»;
- ООО «Курские Металлы Плюс»;
- ООО «Промкооперация».

Поскольку число компаний постоянно увеличивается, жесткая конкуренция заставляет их занимать свои ниши на рынке. В данном бизнесе существуют предприятия, занимающиеся только оптовая торговля ломом и отходами. Есть фирмы, работающие только по ограниченному набору услуг и продукции и другие, которые, предоставляют более широкий спектр услуг. Одним из направлений, определяющим конкурентную среду, является анализ структуры предложений. Были проанализированы виды услуг и продукции, которые предлагают курские предприятия. Так, токарные работы, обработка металла, формование и нарезание резьбы – осуществляют все компании; фрезеровку осуществляют только – ООО «АртМеталл» и ООО «Курские Металлы Плюс»; услуги лазерной резки металла осуществляют только ООО «АртМеталл» и ООО «Курские Металлы Плюс».

Таким образом, можно сказать, что в товарной политике компании ООО «Курские Металлы Плюс» предусмотрены такие услуги, как: токарные работы,

обработка металла, фрезеровка, формование, нарезание резьбы и услуги лазерной резки металл.

В данном бизнесе существуют фирмы, занимающиеся отдельными типами клиентов. Есть фирмы, работающие только с частными клиентами, есть, которые работают с частными клиентами и корпоративными, а также фирмы, организующие свою торговлю также через посредников-дилеров. Для более подробной оценки типов клиентов фирм по структуре предложения была построена матрица видов клиентов среди компаний – конкурентов.

Анализ показал, что на рынке металлообработки в Курске существует достаточно жесткая конкуренция при предложении своих услуг частным лицам. Менее напряженная ситуация наблюдается при направлении своей деятельности на корпоративных клиентов и на дилерские организации.

Таким образом, можно сказать, что ООО «Курские Металлы Плюс» заняла стабильную и уверенную позицию на данном рынке, подтверждением тому служат такие факторы, как: существование фирмы на рынке более 5 лет, положительный имидж предприятия, а также наличие постоянного спроса на продукцию. Однако при этом у компании есть стратегические задачи, которые ей необходимо решить:

- проведение анализа безубыточности при планировании производства;
- выявление нерентабельной продукции в ассортименте компании;
- оптимизация организации выполнения заказа на товары и услуги в оптовой торговле.

Список литературы

1. Маркетинг в коммерции: учебник: для студентов / *И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев.* - Москва: Дашков и К°, 2011. – 543 с.
2. *Трубникова, В. В.* Маркетинг: учеб. пособие / *В. В. Трубникова, С. П. Пугач;* Курский государственный университет. - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013 .- 198 с.

Д. А. Степуленок

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь, г. Новополоцк

Научный руководитель: Я. В. Потояло

Рекомендации по совершенствованию логистической деятельности на предприятиях нефтехимической отрасли Республики Беларусь

Становление отечественной экономики, развитие и формирование рыночных отношений обусловили необходимость создания новых принципов управления крупными производственными комплексами (КПК). Актуальность этой проблемы объясняется в числе прочих причин тем, что КПК нацелены на изготовление необходимых для народного хозяйства сложных, наукоемких и ресурсоемких технических систем. Устойчивое, сбалансированное развитие экономики Республики Беларусь зависит в значительной степени от эффективного функционирования КПК, в том числе, предприятий нефтехимической отрасли.

Гибкое, ориентированное на потребителя, производство требует внедрения не менее гибкого управления. Речь идет о внедрении логистического подхода в организацию КПК.

Работа нефтеперерабатывающей отрасли имеет стратегическое значение для страны, поскольку во многом определяет ее энергетическую безопасность. Кроме того, эта отрасль приносит и немалую долю экспортной валютной выручки, укрепляя финансовую стабильность Республики. Крупнейшим в Европе является Новополоцкий НПЗ (ОАО «Нафтан»), установленная мощность которого достигает 25 млн. т в год, завод выпускает более 75 наименований продукции [1]. Рассмотрим рекомендации по совершенствованию логистической деятельности на предприятиях нефтехимической отрасли на его примере.

Для систематизации логистических процессов, а также внедрения логистического управления в повседневную деятельность ОАО «Нафтан», было принято решение о создании самостоятельного подразделения в организационной структуре предприятия – службы логистики, находящейся в прямом подчинении заместителя генерального директора (по коммерческим вопросам) и неразрывно взаимодействующая с отделом снабжения, а также отделом реализации. Однако в процессе создания службы логистики возникли проблемы:

- негативное отношение к службе логистики со стороны подразделений предприятия;
- отсутствие рациональной организационной структуры службы логистики;
- недостаточная функциональная и организационная гибкость службы логистики предприятия.

Сравним логистическую систему ОАО «Нафтан» с соответствующей системой более крупного и успешного предприятия, ПАО «Газпром». Необходимо обратить внимание на то, что в основе логистической системы «Газпрома» стоит единый логистический оператор (провайдер). Здесь речь идет о комплексном подходе к логистике.

Комплексная логистика – системный подход к организации всего цикла жизни товара и связанных с ним мероприятий в период от момента производства его комплектующих до момента потребления. Это эффективная система управления материальными, информационными и финансовыми потоками, связанными с жизненным циклом товара.

Цель логистического оператора – обеспечить бесперебойность и ускорение цикла обслуживания заказа.

Комплексное агентирование включает в себя логистическое, таможенное, страховое, контрактное и финансовое агентирование [2].

Комплексное агентирование относит риски и ответственность, возникающие в связи с исполнением поручений клиента на счет агента – единого центра ответственности системы комплексного агентирования.

Клиент получает существенное снижение рисков, финансовое, логистическое и организационное обеспечение для роста общего количества отгрузок, что значительно увеличивает итоговый объем выручки, положительным образом влияет на абсолютные и относительные показатели деятельности.

Вознаграждение за комплексное агентирование зависит от согласованной технологической схемы работы, условий контракта, оборотов, частоты поставок,

особенностей товарной номенклатуры, схем поставок, сроков и маршрутов доставки, состояния рынка, оценки рисков.

Основными рисками являются:

- ликвидные риски несвоевременной оплаты товаров и услуг;
- кредитные риски неплатежеспособности дебиторов;
- процентные риски резкого изменения стоимости кредитных ресурсов;
- валютные риски, связанные с неблагоприятным изменением курсов валют;
- ценовые риски, связанные с неблагоприятным изменением ценовых индексов;
- операционные риски, вызванные ошибками или несовершенством процессов в организации, ошибками или недостаточной квалификацией персонала или неблагоприятными внешними событиями [3].

Таким образом, данный подход позволяет ПАО «Газпром» быть успешным мировым лидером в области нефтепереработки. Некоторые управленческие и организационные моменты с целью совершенствования деятельности можно предложить предприятию ОАО «Нафтан».

Из внедрения единого логистического оператора в ОАО «Нафтан» можно извлечь следующие преимущества:

- передача рисков профессиональному агенту;
- новые возможности для уже существующей службы логистики при разовом, либо постоянном увеличении объемов логистической работы, дефиците трудовых и финансовых ресурсов (сезонные пики, запуски новых проектов, др.);
- обеспечение возможности полной концентрации предприятия на основном бизнесе, экономия ресурсов и времени, сокращение деятельности, не относящейся к основному бизнесу, благодаря чему повышается эффективность организации;
- уклонение от рисков;
- льготные условия оплаты;
- пополнение оборотных средств;
- повышение ликвидности дебиторской задолженности;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- улучшение структуры баланса и появление новых возможностей для кредитов на расширение бизнеса или начало работы с новой группой товаров;
- расширение доли рынка;
- рост объема закупок;
- расширение ассортимента;
- рост объема продаж;
- рост прибыли.

В случае деятельности ОАО «Нафтан» следует сократить некоторые функции службы логистики отдать на аутсорсинг такие функции службы логистики, как обеспечение коммерческой деятельности предприятия по закупке сырья и материалов, а также поставок готовой продукции; оказание методической помощи структурным подразделениям в оптимизации бизнес-процессов и повышении их эффективности на отдельных рабочих местах, участках, в подразделениях, на предприятии; участие в выборе специализированных фирм — транспортных, экспедиторских, страховых и др. и заключение соответствующих соглашений; участие в разработке стратегии развития предприятия; разработка мер по развитию

организационно-технических возможностей предприятия по организации, управлению и исполнению логистических операций.

Исходя из вышеперечисленных выгод, можно сделать вывод о том, что внедрение в логистическую систему ОАО «Нафтан» единого логистического оператора позволит повысить эффективность работы логистического отдела и предприятия в целом.

Список литературы

1. Костюченко Е. А. Конкурентные преимущества инновационного производства на ОАО «Нафтан» // Экономические науки. Инновации в экономике. - №25 – 2008. – С. 14-17.
2. Комплексная логистика. [Электронный ресурс]. – Путь доступа: <https://ru.wikipedia.org/>. - Дата доступа 15.02.2017.
3. Комплексное агентирование. [Электронный ресурс]. – Путь доступа: <https://forexaw.com/>. - Дата доступа 15.02.2017.

И. С. Сусиков

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Республика Беларусь, г. Гомель

Научный руководитель: Л. В. Целикова

Оценка и управление конкурентоспособностью субъекта хозяйствования в условиях рынка

Потребительская кооперация Республики Беларусь – это сложная хозяйственная система. Её главная задача и специальная функция непосредственно связаны с удовлетворением потребностей сельского сегмента рынка.

В настоящее время потребительская кооперация нуждается в наличии единой методической базы, позволяющей оперативно, достоверно проводить оценку её конкурентоспособности с целью выработки рациональной стратегии функционирования. Вопросы управления конкурентоспособностью являются объектом пристального изучения экономики, маркетинга, менеджмента, товароведения и др. наук. Формируя и реализуя на рынке систему управления конкурентоспособностью, все они выполняют свою основную функцию - приведение в соответствие спроса и предложения товаров. Проблема управления конкурентоспособностью в сфере торговли и является весьма своевременной. Экономическая стабильность может быть достигнута только при условии реализации качественной и конкурентоспособной продукции.

Кратко отдельные вопросы, затрагивающие оценку конкурентоспособности организации, освещались в публикациях П. Вахрина, Ф. Панкратова, А. Фридмана, С. Голика, А. Бурлакова, Т. Чаюн и др. [1, с. 22]. Некоторые моменты, связанные с оценкой конкурентоспособности товаров как составляющей конкурентоспособности организации в целом, имеются в работах белорусских авторов: Наумчик А. А., Козыревой Н. Н., Емельяновой Т. В., Мисниковой Л. В., Климович Л. К. [1, с. 23]. В

качестве критерия оценки выдвигается эффективность деятельности и режим экономии. Вопросы по стратегии и тактике потребительской кооперации в рыночных условиях, о месте и роли ее в структуре рынка частично излагались в трудах А. Савинского, Н. Писаренко, А. Наумчик, Т. Сыроед, С. Виноградовой, А. Капштыка, Е. Попова, В. Сыцко, Л. Целиковой [1, с. 24]. Однако в них не нашел отражения в достаточном объеме комплекс социально-экономических особенностей организации как субъекта оценки конкурентоспособности в условиях рынка. В научных и методических работах НИИ Белкоопсоюза конкурентоспособность потребительской кооперации аналогично рассматривается через эффективность хозяйствования в условиях конкуренции.

Отметим, что в области управления эффективностью хозяйственной деятельности сложились достаточно устойчивые показатели и методы их оценки. Что касается конкурентоспособности, то показатели носят дискуссионный характер.

С нашей точки зрения проблемы и с учетом проведенных социологических исследований, конкурентоспособность потребкооперации в целом и товаров в частности должна характеризоваться комплексом показателей, а основой выработки стратегии повышения конкурентоспособности должны стать результаты её оценки на уровне системы. Этому вопросу и посвящено данное исследование.

Для оценки были выбраны такие групповые показатели с рядом единичных, их раскрывающих, как финансовое положение (ликвидность, рыночная устойчивость), состояние внутреннего потенциала (рентабельность хозяйственной деятельности и эффективность управления), коммерческая активность, качество торговли (конкурентоспособность товаров и качество торгового обслуживания), имидж системы. Расчет конкурентоспособности потребительской кооперации производился по специально разработанной методике с учетом выше перечисленных показателей, которые учитывают не только экономический аспект торговой деятельности, но и совместный вклад всех отраслей системы в конечные результаты хозяйствования, их мультипликационный или синергетический эффект.

Полученные результаты свидетельствуют, что система в целом с 2005–2016 гг. имеет удовлетворительный уровень конкурентоспособности с обозначившейся тенденцией к снижению (табл. 1).

На основании анализа оценки коэффициентов иерархии отраслей можно утверждать, что каждая отрасль вносит разный вклад в конкурентоспособность системы в целом. Так наибольший удельный вес в решении обозначенной проблемы принадлежит кооперативной промышленности, затем идут заготовительная отрасль, общественное питание, торговля. Исследуя составляющие торговли, отметим, что слабо функционирует оптовая торговля, некогда достаточно прибыльное звено.

Таблица 1

Результаты оценки конкурентоспособности потребительской кооперации

Уровень конкурентоспособности	Годы			
	2005	2010	2015	2016
в сравнении с «эталонным порт-фелем» показателей	0,76	0,50	0,41	0,41

в сравнении с собственной конкурентоспособностью	1,00	0,659	0,542	0,536
по рыночной доле	1,00	0,660	0,542	0,536

Снижению конкурентоспособности системы за анализируемый период способствовали многие причины. В обобщенном виде – это: падение физического объема розничного товарооборота, рост издержек обращения по в сравнении с ростом доходов, снижение рентабельности, несбалансированность и нерациональность использования ресурсов, отклонение индекса спроса и индекса структуры удовлетворения спроса от оптимальной величины, высокие розничные цены в результате высоких отпускных цен промышленности на товары и ставок налогов, значительное сужение ассортимента товаров, а как следствие этого – сокращение доли рынка.

Проводимая таким образом оценка может служить ориентиром при выработке управленческих решений со стороны инвесторов, органов управления, местных органов власти, рыночных контрагентов и пр., разработке результативной стратегии функционирования и хозяйствования.

Исследования показывают, что достигнуть цели повышения конкурентоспособности потребительской кооперации можно различными способами. Учитывая полученные результаты, выделено преимущество стратегии развития оптовой торговли, поскольку развивать одновременно все отрасли нереально ввиду отсутствия ресурсов, сокращения объемов деятельности и убыточности многих организаций и предприятий потребительской кооперации. Обоснованность предлагаемой стратегии подтверждается и расчетными данными уровня конкурентоспособности за 2016 год шести облпотребсоюзов, из которых следует, что наивысшую конкурентоспособность имеют те облпотребсоюзы, где хорошо развита оптовая логистика и нетрадиционные виды деятельности: Могилевский, Брестский, Гомельский [1, с. 26]. В системе Белкоопсоюза также создан крупный логистический центр.

Необходимо также использовать в комплексе и широкий спектр диверсификационной деятельности, позволяющей в значительной мере наращивать объемы собственных товарных ресурсов, повышать рентабельность функционирования на рынке; обеспечивать устойчивое снабжение обслуживаемого населения социально-значимыми товарами; повышать в структуре розничного товарооборота долю непродовольственных товаров; коммерческую активность; расширять качество и количество предоставляемых населению торговых и бытовых услуг.

Необходимо также укрепление социального партнерства системы с государственными структурами с целью обеспечения для системы льгот по кредитованию и налогообложению; совершенствование индивидуальной работы с потребителем на основе методов стимулирования продаж; укрепление финансовой и платежной дисциплины на основе строжайшей экономии и рационального использования привлеченных средств; повышение рентабельности использования ресурсов на основе сбалансированности между всеми их видами.

Список литературы

1. *Целикова, Л. В.* Проблемные аспекты в оценке конкурентоспособности организации сферы услуг / *Л. В. Целикова* // Журнал «Потребительская кооперация». – 2010. – № 2 (29). – С. 22–29.
2. *Целикова, Л. В., Сыцко, В. Е.* Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / *Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко* // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование: материалы III Международной научно-практической Интернет-конференции. – Полтава: ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

Е. О. Третьякова

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва

Научный руководитель: Т. П. Максимова

Проблемы железнодорожного транспорта в России

Россия обладает мощной транспортной системой, обеспечивающей грузо- и пассажирооборот по всей стране. Ведущую роль в этой системе играет железнодорожный транспорт, осуществляющий основную часть перевозок (в 2016 году железные дороги выполнили 45% национального грузооборота) [3]. Такой вид транспорта наиболее выгоден и удобен, так как на его функционирование не могут повлиять погодные условия, время суток и климат. Данный транспорт по праву считается универсальным, ведь при низкой себестоимости и большой скорости он способен перевозить все доступные виды грузов. Железные дороги нашей страны по степени технической оснащенности и перевозкам превосходят практически весь мир, но, несмотря на это, как и любая крупная система, железнодорожный транспорт имеет существенные проблемы.

Для того чтобы содержать инфраструктуру железных дорог России и по-прежнему опережать другие державы, необходим огромный запас материальных средств, которого не хватает в сегодняшних условиях. Это и является основной причиной проблем железнодорожного транспорта нашей страны. Эта сфера была и остается мало привлекательной для инвесторов, что заставляет компанию, осуществляющую перевозки, использовать внутренние ресурсы. За счет собственных резервов предприятия невозможно обеспечить его стабильное развитие, поэтому уже сейчас создаются новые реформы, позволяющие привлечь большее число инвесторов, но пока это не приносит значительных результатов. Снижение объема инвестиций приводит к износу главных производственных фондов. Из-за недостаточного притока вложений в отрасль невозможно улучшить функционирование транспорта и решить важнейшие задачи для его нормальной работы. Вследствие чего и появляется ряд трудностей железных дорог России.

Первостепенной проблемой данной отрасли можно назвать необходимость крупных затрат на содержание и ремонт путей. Путевое хозяйство является определяющей сферой в развитии данного вида транспорта, и его недофинансирование влечет за собой серьезные последствия. Недостаток

материальных средств на поддержание путей в исправном состоянии приводит к ухудшению технологического оборудования, увеличению протяженности железных дорог, требующих капитального ремонта и повышению показателей износа основных фондов железнодорожного транспорта (средние показатели составляют 65%, а касаясь тепловозов и грузовых вагонов – более 80%).[4] По причине постоянного возрастания перевозок груза и пассажиров, необходимо уделять большее внимание обслуживанию инфраструктуры, что, в свою очередь, требует наращивания потока внешних инвестиций.

Следующей проблемой можно обозначить постепенное снижение уровня эффективности и качества железнодорожного транспорта, так как он не полностью отвечает современным требованиям. Кроме того, ряду регионов России совершенно не доступен этот вид транспорта, несмотря на его достоинства.

Еще одной проблемой является низкая рентабельность пассажирских перевозок. Пассажир, покупая билет, не полностью оплачивает расходы на перевозку себя и своего багажа, недостающую часть этих расходов покрывает сама компания-перевозчик из своих внутренних резервов. Это происходит потому, что если бы билеты отражали реальную стоимость поездки, то их цена поднялась бы до такого уровня, что пассажирам выгоднее было бы использовать другой вид транспорта. Это объясняет то, что по уровню прибыльности железные дороги значительно отстают от иных перевозчиков. Но данную проблему можно решить за счет увеличения объема перевозок и повышения качества и ассортимента оказываемых услуг.

Следующая важная проблема – внедрение и обслуживание новых технологий. При создании новой сети высокоскоростного движения необходимы современные методы их обслуживания, осуществления ремонта и содержания путевого хозяйства, что также требует немалых затрат. Зачастую время введения усовершенствованных технологий не соответствует способам их обслуживания. Но все-таки через определенный период внедряются прогрессивные технологии работы, отвечающие современным стандартам.

Также железнодорожный транспорт потребляет огромное количество электроэнергии, половину от ее использования другими видами транспорта (в 2005 году 45,1 млрд. киловатт-часов, в 2013 – 48 млрд. киловатт-часов). Это объясняется тем, что для совершенствования путей, локомотивов, возрастания скорости, внедрения новых технологий, требуется увеличение объемов электрификации железных дорог.

Большие финансовые вложения также необходимы для покупки и содержания парка современного железнодорожного транспорта. Это является одним из факторов, определяющих надежное, устойчивое функционирование отрасли. С целью решения этого вопроса уже были созданы машиностроительных заводов для переоснащения транспортных комплексов.

Также особенностью отрасли является изолированность от других видов транспорта. Наряду с этим данный факт можно назвать и проблемой. Железные дороги прогрессируют отдельно, по своему пути совершенствования. Но комплексность в этом случае необходима, несмотря на все преимущества железнодорожного транспорта перед другими отраслями.

Все перечисленные проблемы железных дорог в России обуславливаются недостатком денежных средств для поддержания стабильной работы. Для решения этого вопроса требуется улучшение некоторых факторов, в частности повышение устойчивости работы отрасли и производительности труда, снижение транспортных затрат и создание условий для привлечения инвесторов. Эту проблему пробовала урегулировать структурная реформа железнодорожного транспорта. Но в полной мере сделать это не удалось, и основные трудности остались неразрешенными.

Несмотря на то, что такая отрасль в экономической политике России, как железнодорожный транспорт, недостаточно обеспечена материальными средствами и нуждается в долгосрочных инвестициях, это не мешает ей прогрессировать. Изучив статистику, можно сделать вывод о том, что вопреки проблемам, технологии железнодорожного транспорта не стоят на одном месте и постепенно развиваются, хоть и не так быстро, как могли бы в условиях большей материальной обеспеченности.

Список литературы

1. Громов Н. Н., Панченко Т. А., Чудовский А. Д. Единая транспортная система: Учебник для вузов. // М.: Транспорт, 2002 г. - 304 с.
2. Максимова Т. П., Горяинова Л. В., Максимова В. Ф. Микроэкономика // М.: ЕАОИ, 2011 г. - 366 с.
3. Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации. Электронный ресурс: <http://www.mintrans.ru/> (дата обращения: 25.02.2017).
4. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. Электронный ресурс: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.02.2017).

П. А. Улаев

Самарская государственная сельскохозяйственная академия, г. Самара

Научный руководитель: К. А. Жичкин

Особенности использования агрострахования с государственной поддержкой при выращивании подсолнечника на примере ООО «Кураповское»

Агрострахование является сложным видом страхования. Этот вид страхования значительно отличается от других видов рискового страхования, поскольку страхуются биологические объекты, находящиеся в развитии [1, с. 499; 5, 44]. Опыт становления агрострахования в России свидетельствует о том, что этот вид страхования не может развиваться без поддержки государства. Потребность в ней возникает в ситуации, когда страховые компании хотят осуществлять свою деятельность с достаточной степенью рентабельности, но испытывают недостаточность необходимой информации и методологических разработок для работы с аграрным сектором [6, с. 543; 8, с. 82]. При этом правительство имеет

желание создать при минимальных затратах необходимые условия для стабильной работы национального аграрного сектора, преследуя государственные интересы.

Главными проблемами сельскохозяйственного страхования являются: низкий уровень страховой культуры менеджеров сельскохозяйственных предприятий, отсутствие качественного доступа к информационным ресурсам, недостаточное понимание органами местного самоуправления важности и необходимости страхования [2, с. 100].

Цель исследования – рассмотреть основные экономические показатели выращивания подсолнечника в ООО «Кураповское», выявить различные направления агрострахования на предприятии.

Методы исследований. Объектом исследования выступают экономические отношения в процессе страхования подсолнечника. В качестве методов исследования использовались абстрактно-логический, исторический, монографический, экономико-математический и экспертные методы.

Результат исследования. Рассмотрим экономическую эффективность производства подсолнечника в ООО «Кураповское» в 2013–2015 гг. (таблица 1).

Таблица 1

Основные показатели выращивания подсолнечника в ООО «Кураповское»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Темп роста, %
Посевная площадь, га	350	340	345	98,6
Валовой сбор, ц	4124	3398	4830	117,1
Урожайность, ц/га	-	10,0	14,0	-
Товарная продукция, ц	5442	3398	2451	44,9

Наибольшая урожайность подсолнечника в ООО «Кураповское» отмечалась в 2015 г. Такой уровень урожайности не является пределом, ООО «Кураповское» может получать более высокие урожаи. В хозяйстве отмечено несоблюдение технологии выращивания подсолнечника, которое представлено нарушениями агротехнических сроков проведения работ, отсутствием средств защиты растений, а также удобрений под подсолнечник. Посевная площадь под подсолнечник в 2015 г. составила 345 га, что на 5 га меньше уровня 2013 г.

В 2011 г. Государственной Думой был принят Закон «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства». Данный акт включает в следующие положения:

- страхование только по риску утраты (снижение фактического урожая на 30 %);
- предоставление поддержки путем перечисления в адрес страховщика 50 % от начисленной страховой премии;
- применение плана сельскохозяйственного страхования для определения перечня страхуемых культур и ставок для расчета субсидий;
- установление четких правил аккредитации экспертов и проведения экспертизы убытков;

– возможность установить наличие страхового полиса в качестве условия для получения других видов государственной поддержки [3, с. 46; 4, с. 98].

Хозяйство находится в зоне рискованного земледелия, поэтому использование возможностей агрострахования – реальный шанс избежать банкротства в случае наступления неблагоприятных природных условий в вегетационный период [7, с. 41]. В Самарской области основную опасность для растениеводства представляют засушливые явления в весенне-летний период. Отсутствие осадков, суховеи, высокие температуры могут привести к полной потере урожая сельскохозяйственных культур, что оставляет предприятие практически без оборотных средств. Страхование позволяет избежать разового ущерба и сохранить платежеспособность предприятия. Руководству ООО «Кураповское» в первую очередь для того, чтобы избежать потерь продукции необходимо соблюдать агротехнические сроки проведения посадки и уборки урожая подсолнечника, также придерживаться рекомендованной технологии выращивания, так как подсолнечник является специфической культурой.

Также мы предлагаем в ООО «Кураповское» предусмотреть страхование в разрезе определенных полей, на которых выращивается подсолнечник, в этом случае необходимо будет установить франшизу около 30–40% на каждое поле. Следует использовать безусловную франшизу в размере 10%.

Ведение любой предпринимательской деятельности происходит в условиях риска и неопределенности. Агропромышленное производство отличается особой рискованной средой, так как среди множества рисков присутствует один, весьма опасный и максимально влияющий на конечные результаты производственно-финансовой деятельности, природно-климатический риск.

ООО «Кураповское» необходимо воспользоваться предложенными действиями по сокращению или даже устранению страховых случаев, которые могут возникнуть в процессе работы предприятия.

Список литературы

1. Жичкин, К. А. Государственная поддержка аграрного страхования в Самарской области / К. А. Жичкин // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы: материалы XVI Международной научно-практической конференции. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – С. 496-500.
2. Жичкин, К. А. Подходы к моделированию ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин // Аграрный вестник Верхневолжья. – 2016. - №4. – С. 97-104.
3. Жичкин, К. А. Принципы оптимизации функционирования государственного регулирования экономики / К. А. Жичкин, И. С. Курмаева, Т. А. Баймишева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. - № 9. – С. 45-50.
4. Жичкин, К. А. Страхование рисков сельскохозяйственных организаций в условиях государственной поддержки: монография / К. А. Жичкин, Т. В. Шумилина. – Самара: РИЦ СГСХА, 2013. – 191 с.
5. Жичкин, К. А. Страхование сельхозкультур – государственную поддержку // Экономика сельского хозяйства России. – 2008. – № 8. – С. 42-46.
6. Жичкин, К. А. Формализованная модель стратегии государственной поддержки аграрного страхования / К. А. Жичкин // Будущее российского

страхования: оценки, проблемы, точки роста: сборник трудов XVII Международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2016. – С. 542-546.

7. Жичкина, Л. Н. Экономика отраслей растениеводства: учеб. пособие / Л. Н. Жичкина, К. А. Жичкин. – Кинель: РИО СГСХА, 2016. – 128 с.

8. Носов, В. В. Причины структурных изменений в динамике площади застрахованных культур / В. В. Носов, М. М. Кошелева, О. К. Котар // Аграрный научный журнал. – 2015. – № 12. – С. 80–85.

А. Э. Ургалкин

Самарская государственная сельскохозяйственная академия, г. Самара

Научный руководитель: К. А. Жичкин

Повышение эффективности возделывания озимой пшеницы в условиях ООО Агрофирма «Белозерки»

Пшеница является основной зерновой культурой России. Ее доля в производстве около 50%. Сев озимой пшеницы часто проходит в тяжелых условиях. В настоящее время каждый производитель хочет повысить урожайность, вследствие этого они используют разные способы для получения результата [3, с. 48; 4, с. 97]. Так в погоне за количеством выпускаемой продукции, основная часть выращенного зерна не отвечает требованиям, и может плохо влиять на качество хлеба и муки.

Цель исследования – определение факторов эффективности производства зерна озимой пшеницы в Самарской области. Для этого предполагалось решение следующих задач:

- исследовать факторы, влияющие на производство озимой пшеницы;
- предложить меры по повышению экономической эффективности производства зерна.

В качестве объекта исследования выступают экономические отношения при возделывании озимой пшеницы в условиях ООО Агрофирма «Белозерки» Ставропольского района. В работе были использованы абстрактно-логический метод (с его помощью сформулированы категории, понятия); экономико-математические методы (использованы при прогнозировании параметров возделывания озимой пшеницы); монографический метод (использован для изучения отдельных явлений, процессов и выявления причинно-следственных связей в процессе производства); экспертный метод (анкетирование) (применен для оценки результатов).

Пшеница озимая – ценная продовольственная культура. Соблюдение агротехнологий создает прекрасные условия для ее полноценного роста и нормального развития, повышает ее зимостойкость, что обеспечивает хорошую жизнестойкость растений [6, с. 90]. Пшеница принадлежит к семейству злаковых. К зиме она дает всходы, кустится и проходит осеннюю закалку. Характерной особенностью озимой пшеницы является тот факт, что она сильно истощает почвенные ресурсы.

Исходя из особенностей технологии производства озимой пшеницы, нами были выделены следующие основные факторы, влияющие на формирование урожайности: технологии возделывания, сорт семян, фактор времени.

Технология возделывания озимой пшеницы включает в себя следующие стадии:

- выбор места для посева;
- обработка почвы;
- внесение удобрений;
- посев;
- уход за посевами;
- сбор и доработка урожая [1, с. 15; 2, с. 3836].

При выборе места для посева нужно тщательно оценить следующие факторы: во-первых, нужно определить оптимального предшественника, который наилучшим образом подготовит почву; во-вторых, проанализировать климатические условия.

Обработка почвы перед посевом озимой пшеницы на чистом пару предполагает следующие этапы: лущение стерни; вспашка почвы осенью. Лущение стерни повышает плодородие почвы. Во время лущения разрыхляется верхний слой почвы, подрезаются сорняки и заглубляются в почву их семена. Обязательным условием получения высоких урожаев является применение минеральных и органических удобрений. В этом хозяйстве содержится крупный рогатый скот, поэтому в отличие от большинства сельскохозяйственных предприятий региона можно использовать органические удобрения (навоз), что не только обеспечит восполнение питательных веществ в почве, но и улучшает ее структуру. Однако, это не исключает потребность внесения минеральных удобрений. На восполнение плодородия почвы планируется затратить 2371 тыс. руб. для получения урожайности не менее 25 ц/га. В соответствии с составленными технологическими картами затраты на горюче-смазочные материалы оцениваются в размере 800 тыс. руб.

При приобретении посевного материала нужно учитывать много факторов (потенциальную урожайность, адаптированность к условиям возделывания, качество семян, стоимость и др.). В условиях хозяйства хорошие результаты были показаны сортами озимой пшеницы: Скипетр, Антоновка, Новоершовская, Харьковская 92, Поволжская 86. Для нашего предприятия более удачно подходит сорт Поволжский 86. Этот районированный сорт местной селекции (Поволжский НИИСС им. П. Н. Константинова) Основные достоинства сорта: высокая зимостойкость и засухоустойчивость, хорошие хлебопекарные качества. Цена семян составляет 13000 руб./т. Норме высева составляет 160–250 кг семян на 1 га. Поэтому при посеве на площади 200 га нужно 40 т семян, стоимость которых составит 520 тыс. руб.

Финансовое состояние ООО Агрофирма «Белозерки» тяжелое, характеризуется недостатком оборотных средств. Поэтому для реализации предложенных мероприятий предлагается привлечение субсидированного кредита в АО «Россельхозбанк» по специальной программе финансирования полевых работ. Дополнительные затраты на оплату обслуживания кредита будут компенсированы за счет субсидий. В Самарской области государство компенсирует часть затрат на выплату процентов, на приобретение семян, удобрений, выплачивает т.н. несвязанные платежи [5, с. 47].

Фактор времени в сельском хозяйстве – это особый природный ресурс, связанный с сезонностью процессов. Своевременное выполнение операций, соблюдение агросроков позволяет увеличить урожайность культуры, сократить потери. В условиях сельскохозяйственного производства соблюдение агросроков, улучшение качества выполняемых операций обеспечивается в основном путем материального стимулирования работников (премирование). Основным принципом при разработке системы премирования на предприятии должно быть превышение стоимости дополнительной продукции над дополнительным фондом оплаты труда.

Таблица 1

Предлагаемый размер премии, %

№ п/п	Виды работ	Размер дополнительной оплаты в % к заработку, не менее
1	За высококачественную подготовку почвы согласно агротехническим требованиям	30
2	За качественное проведение сева, посадки культур в строго установленные сроки	35
3	За получение равномерных прямолинейных всходов нормальной густоты стояния растений и отсутствие огрехов	40
4	За правильную подготовку полей для уборки урожая	30
5	За своевременную уборку и скирдование соломы с высоким качеством	40

Кроме основной оплаты труда, можно применять премиальные выплаты за увеличение урожайности культур, улучшение качества продукции, выполнение или перевыполнение сменного задания на высоком агротехническом уровне и т.д. За качественное выполнение сельскохозяйственных работ в растениеводстве рекомендуется начислять дополнительную оплату в следующих размерах (табл. 1).

Затраты на возделывание озимой пшеницы в условиях предприятия составят 5291 тыс. руб., в том числе – заработная плата и премия (1600 тыс. руб.); покупка и внесение минеральных удобрений (2371 тыс. руб.); затраты на ГСМ (800 тыс. руб.) и покупка семян (520 тыс. руб.). При таком уровне затрат производство озимой пшеницы в условиях ООО «Агрофирма «Белозерки» станет рентабельным.

Список литературы

1. Жичкин, К. А. Оценка комплексов машин в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Актуальные направления развития техники и технологий в России и за рубежом – реалии, возможности и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции. – Княгинино: НГИЭУ, 2016. – С. 14–16.
2. Жичкин, К. А. Оценка современных технологий в сельском хозяйстве / К. А. Жичкин, Л. Н. Жичкина // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования.

I Международная научно-практическая Интернет-конференция. – Солёное Займище: ПНИИАЗ, 2016. – С. 3830–3838.

3. Жичкин, К. А. Поддержка сельхозтоваропроизводителей в Венгерской Республике // Экономика сельского хозяйства России. – 2008. – № 2. – С. 45–49.

4. Жичкин, К. А. Подходы к моделированию ущерба от нецелевого использования земель сельскохозяйственного назначения / К. А. Жичкин // Аграрный вестник Верхневолжья. – 2016. – № 4. – С. 97–104.

5. Жичкин, К. А. Принципы оптимизации функционирования государственного регулирования экономики / К. А. Жичкин, И. С. Курмаева, Т. А. Баймишева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – №9. – С. 45–50.

6. Носов, В. В. Исследование причинно-следственной связи между показателями, характеризующими субсидированное сельскохозяйственное страхование / В. В. Носов, М. М. Кошелева, О. К. Котар // Аграрный научный журнал. – 2016. – № 3. – С. 88–92.

И. В. Филимонова

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан, г. Астана

Научный руководитель: Н. А. Урузбаева

Пути эффективного развития гостиничного бизнеса Казахстана

Сфера туризма входит в семерку перспективных неэнергетических секторов страны и следует отметить, что индустрия гостеприимства является решающей частью эффективного развития рынка туристских услуг в Республике Казахстан. В связи с повышением инвестиционной привлекательности Республики Казахстан в 90-е гг., волна деловых поездок из дальнего и ближнего зарубежья стала отправной точкой повышения привлекательности гостиничного бизнеса.

На сегодняшний день, по-нашему мнению, эффективное развитие туристской сферы в Казахстане сдерживают следующие факторы:

- несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей отдельные аспекты туристской деятельности;

- недостаточное использование позитивного мирового опыта в области финансово-экономического регулирования туристской отрасли, что приводит к оттоку огромных средств из Казахстана в туристские комплексы ряда зарубежных стран;

- дефицит квалифицированных кадров на всех уровнях туристского обслуживания;

- неполнота статистических данных о состоянии, развитии туризма и влиянии мультипликативного эффекта на экономику страны и регионов;

- дефицит качественных средств размещения туристов [3].

Гостиничный бизнес Казахстана находится в фазе активного развития. Однако, материальная база объектов размещения, включая гостиницы, пансионаты, дома и базы отдыха, а также санаторно-курортные учреждения, характеризуется высокой степенью морального и физического износа. Существующие средства размещения

характеризуются низким уровнем комфорта и технического оснащения, что делает казахстанское туристское обслуживание практически неконкурентоспособным. Сервис на уровне мировых стандартов могут предложить лишь некоторые высококлассные гостиницы [4, с.121].

В таблице 1 представлена динамика развития гостиничных предприятий в РК.

Таблица 1

Количество гостиничных предприятий в Республике Казахстан по областям за 2011–2016 гг.

Регионы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 г., по отношению к 2011 г.
Республика Казахстан	1 494	1 526	1 678	2 056	2 338	2 708	1 214
Акмолинская	231	165	228	292	319	316	85
Актюбинская	41	50	47	61	70	80	39
Алматинская	143	135	172	243	306	397	254
Атырауская	57	55	46	65	65	72	15
Западно-Казахстанская	42	51	43	48	58	72	30
Жамбылская	48	54	65	88	126	140	92
Карагандинская	139	148	165	182	208	229	90
Костанайская	58	70	80	95	107	111	53
Кызылординская	43	49	55	72	75	85	42
Мангистауская	31	44	53	55	63	78	47
Южно-Казахстанская	78	122	102	114	131	167	89
Павлодарская	59	58	60	68	78	97	38
Северо-Казахстанская	44	49	54	60	66	91	47
Восточно-Казахстанская	245	245	277	331	371	444	199
г. Астана	134	140	141	160	160	177	43
г. Алматы	101	91	90	122	135	152	51
Источник: Таблица рассчитана автором по данным Комитета по статистике РК [1]							

За этот период число гостиничных предприятий возросло на 1 214 единицы. Если на 1 января 2011 г. в стране функционировало 1494 гостиниц, то по состоянию на 1 января 2016 г. их количество достигло 2 708. В 2016 г. большинство гостиниц в республике было размещено в Восточно-Казахстанской (444), Алматинской (397), Акмолинской (316), Карагандинской (229) и Южно-Казахстанской (167) областях, городах Алматы (152), Астана (177) и меньшее количество было отмечено в Западно-Казахстанской и Атырауской областях – 72 гостиницы.

Для большинства Казахстанских инвесторов, вкладывающих свои капиталы в развитие гостиничной индустрии Республики Казахстан, наиболее выгодным является вхождение в международные гостиничные цепи, чем открытие собственного гостиничного бренда. Ниже представлен SWOT-анализ привлекательности вступления казахстанских инвесторов в Международную Гостиничную Цепь [2, с. 26].

**SWOT–анализ. Привлекательность вступления
в Международную гостиничную цепь для казахстанских инвесторов**

Сильные стороны бренд с сильными позициями высокий уровень сервиса возможность <i>доступа к новым технологиям и технике</i> сильный менеджмент лояльность потребителя <i>единая система бронирования</i> <i>единый стратегический маркетинг</i> обучение персонала, повышение его квалификации, возможности обмена профессиональным опытом <i>единая база данных</i> <i>общая финансовая система</i>	Слабые стороны сложность адаптации к местному рынку трудоемкость процесса вхождения в МГЦ высокая финансовая затратность процесса вхождения в МГЦ
Возможности расширения рынка гостиничных услуг производство услуг на уровне международных стандартов использование опыта компаний, имеющих многовековую историю	Угрозы изменение экономико-политической ситуации в стране длительная окупаемость проекта конкурентная активность других МГЦ государственное регулирование
* Составлено автором	

Используя зарубежный опыт постройки отелей под международными гостиничными брендами, можно выделить основные этапы вхождения в международную гостиничную цепь.

Основой для открытия гостиницы с международным брендом является проведение анализа состояния гостиничной индустрии Казахстана и ее объективная оценка. Основываясь на результатах данных исследований необходимо:

- принять решение о размере, типе и концепции гостиницы;
- составить детализированный бизнес-план;
- выбрать международную гостиничную цепь (оператора) для вхождения и тип взаимоотношений с оператором.

Выбор формы вхождения в международную гостиничную цепь, а именно между договором франчайзинга, контрактом на управление, лизингом, созданием

совместных предприятий или приобретением объекта в собственность сети (строительства) осуществляется исходя из конкретной ситуации на местном рынке.

В зависимости от формы взаимоотношений с оператором, он предоставляет разный уровень поддержки и контроля. Но важными критериями практически для всех форм взаимоотношений между инвестором и гостиничным оператором является архитектура и дизайн. Как правило, гостиничный оператор полностью контролирует внешний вид отеля, стиль, отделку внутри гостинцы и в номерах.

В разработке стратегии деятельности гостиничных предприятий одну из основных проблем составляет вопрос прогнозирования планирования и распределения количественной загрузки отелей.

Следующим шагом является расчет финансовых потоков и коэффициента возврата инвестиций (ROI). Обязательным условием является точный и детализированный отчет о требуемом капитале для открытия гостиницы с международным брендом.

Окупаемость отеля непосредственно связана с менеджментом гостиницы. Правильный выбор управляющих менеджеров на начальном этапе сыграет большую роль для будущего гостиницы. Потому что именно из этой управленческой структуры разрастется дальнейшая система управления отелем.

Вопрос подбора и обучения персонала занимает особенное место в процессе открытия гостиницы под международным брендом.

Из выше сказанного следует, на данном этапе развития гостиничной индустрии в Казахстане вступление в международную гостиничную цепь является оптимальным решением проблемы улучшения и повышения конкурентоспособности гостиничного бизнеса Казахстана.

Список литературы

1. Официальный сайт агентства по статистике Республики Казахстан//www.stat.gov.kz.
2. *Смирнова М.* Формирование гостиничной сети: концепции, методика, практика // Гостиничное дело. - 2005. - Ноябрь. - С. 25-30.
3. Факторы, влияющие на развитие гостиничных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org>.
4. *Юльчиева Г. Н.* Гостиничный бизнес: теория, практика, перспективы для Казахстана. – Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2010. – 476 с.

А. Э. Хачатурова

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Саратов

Научный руководитель: С. Б. Ефимова

Формирование информации о затратах и результатах научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ в системе бухгалтерского учета

В современных хозяйственных реалиях стратегическое значение для промышленных предприятий приобретает эффективное управление инновационной деятельностью, важным информационным механизмом которой является оперативная, комплексная и достоверная учетная информация. Известно, что универсальной информационной системой, удовлетворяющей разнообразным информационным потребностям хозяйствующего субъекта, является бухгалтерский учет.

Бухгалтерский учет инновационной деятельности в Российской Федерации сводится к учету расходов по НИОКР и формированию стоимости получаемых в результате нематериальных активов.

Бухгалтерский учет расходов по НИОКР в Российской Федерации регламентируется Положением по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» ПБУ 17/02 [2], утвержденным Приказом Минфина России от 19 ноября 2002 года №115н. В части раскрытия определения структурных единиц НИОКР, а именно научно-исследовательских работ, ПБУ 17/02 ссылается на Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [1], в котором содержится определение указанных видов работ.

На практике ПБУ 17/02 применяется только в двух случаях:

- 1) если в ходе НИОКР получен результат, подлежащий правовой охране, но не оформленный в установленном законодательством порядке;
- 2) если в ходе НИОКР получен результат, не подлежащий правовой охране.

Несмотря на то, что основными признаками НИОКР являются их научность и новизна, нормы ПБУ 17/02 действуют только в случае, если по каким-либо причинам результат работ не оформляется патентом, авторским свидетельством или иным документом, защищающим авторские права.

Такой подход, на наш взгляд, следует считать вполне правомерным. Отказ от защиты авторских прав на результаты НИОКР может означать только их сравнительную несущественность. То есть, НИОКР, порядок учета которых регулируется ПБУ 17/02, фактически являются разработками, находящимися на уровне рационализаторских предложений, в то время как изобретения подлежат правовой охране.

Согласно п. 7 ПБУ 17/02 расходы по НИОКР признаются в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

- 1) сумма расхода может быть определена и подтверждена;

2) имеется документальное подтверждение выполнения работ (акт приемки выполненных работ и т.п.);

3) использование результатов работ для производственных и (или) управленческих нужд приведет к получению будущих экономических выгод (дохода);

4) использование результатов НИОКР может быть продемонстрировано.

В случае невыполнения хотя бы одного из вышеуказанных условий расходы организации, связанные с выполнением НИОКР, признаются прочими расходами отчетного периода, т. е. списываются в дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы».

Состав затрат, включаемых в себестоимость объекта НИОКР в соответствии с российскими стандартами, включает в себя:

- стоимость материально-производственных запасов и услуг сторонних организаций и лиц, используемых при выполнении указанных работ;
- затраты на заработную плату и другие выплаты работникам, непосредственно занятым при выполнении указанных работ по трудовому договору;
- отчисления на социальные нужды;
- стоимость спецоборудования и специальной оснастки, предназначенных для использования в качестве объектов испытаний и исследований;
- амортизация объектов основных средств и НМА, используемых при выполнении указанных работ;
- затраты на содержание и эксплуатацию научно-исследовательского оборудования, установок и сооружений, других объектов основных средств и иного имущества;
- общехозяйственные расходы, в случае если они непосредственно связаны с выполнением данных работ;
- прочие расходы, непосредственно связанные с выполнением НИОКР, включая расходы по проведению испытаний.

Согласно п. 5 ПБУ 17/02 информация о расходах по НИОКР отражается в бухгалтерском учете в качестве вложений во внеоборотные активы с использованием счета 08 «Вложения во внеоборотные активы». По дебету этого счета в корреспонденции со счетами учета расходов, денежных средств, амортизации, материалов и других отражаются суммы расходов организации на НИОКР. С кредита счета 08 «Вложения во внеоборотные активы», субсчет «Результаты НИОКР», эти расходы должны списываться на соответствующие счета в зависимости от полученных результатов, а именно подлежат либо списанию на расходы отчетного периода, либо капитализации. При этом ПБУ 17/02 не дает ответа на вопрос, что делать с затратами, возникшими в результате НИОКР, до окончания работ.

При возникновении положительного результата по итогам НИОКР затраты признаются в составе актива. В случае отсутствия положительного результата затраты списываются на прочие расходы отчетного периода. Более того, российские правила устанавливают, что одним из условий капитализации затрат на НИОКР является факт документального подтверждения выполнения работ (например, наличие акта приемки-передачи работ). Порядок отражения затрат на НИОКР согласно ПБУ 17/02 представлен на рисунке:

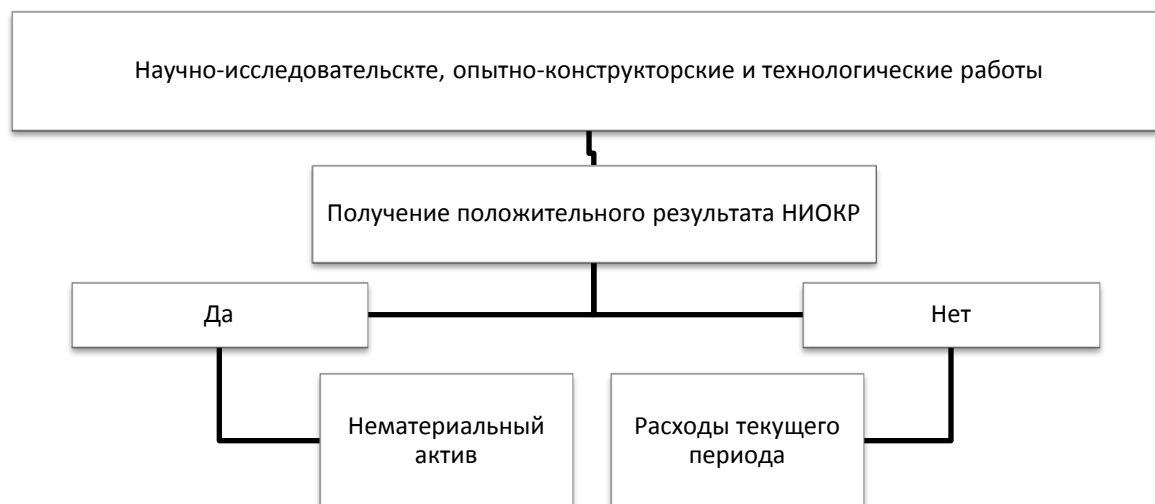


Рис. 1. Схема учета расходов на НИОКР в соответствии с российскими нормами

Таким образом, в правовое поле действующего законодательства попадают лишь отдельные этапы инновационного процесса предприятия, а именно научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы (НИОКиТР), при этом результатом указанных работ, признаваемом в бухгалтерском учете в качестве активов, являются только НМА. [3] Мы же в качестве результатов инновационной деятельности предлагаем рассматривать инновационные основные средства и прочие результаты НИОКиТР, в связи с этим, считаем необходимым внедрение в практику обязательного оформления режима коммерческой тайны по результатам НИОКиТР, что позволит исключить ошибочное распределение расходов между НМА и прочими результатами инновационной деятельности промышленного предприятия.

Разрозненная, несистемная, чаще всего выборочная учетная информация об инновационной деятельности в основном ориентирована на информационное обеспечение государственных органов для проведения контроля и надзора за деятельностью хозяйствующих субъектов. Многочисленные другие пользователи отчетности обделены всей полнотой информации, которая им необходима для принятия управленческих решений, и чаще всего руководствуются лишь экспертным мнением.

Таким образом, на российских промышленных предприятиях отсутствует система информационного обеспечения инновационной деятельности. Вместе с тем, осуществление инновационного процесса на предприятии невозможно без эффективной, рациональной системы получения и обобщения информации для дальнейшего анализа и принятия обоснованных управленческих решений на каждом этапе процесса.

Список литературы

1. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О науке и государственной научно-технической политике».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» ПБУ 17/02 (в ред. Приказа Минфина РФ от 18.09.2006 №116н).

З. Хачатурова, А. Э. Учет и раскрытие информации о затратах и результатах инновационной деятельности промышленного предприятия // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. -2016. – № 4 (20). – С. 67-77.

М. Е. Хоривандова

Курский государственный университет, г. Курск

Научный руководитель: С. А. Гальченко

Модели контроля уровня запасов на предприятиях оптовой торговли

Развитие рыночных отношений в современном мире заставляет предприятия изменять политику по отношению к запасам. Влияние управления запасами в организации нельзя недооценивать. Его главная цель состоит в том, чтобы минимизировать стоимость или максимизировать прибыль при наличии оптимального уровня запасов. Он зависит от следующих факторов: количество товара на складе, изменение поставок, инвентарные затраты и т. д.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что при нынешних условиях рынка эффективное управление запасами является необходимым условием повышения эффективности деятельности предприятия, что повлияет на дальнейшее усиление его конкурентных преимуществ.

В учебном пособии А. Н. Стерлиговой сказано, что «запас как явление в работе логистических систем и цепей поставок представляет собой товарно-материальные ценности, ожидающие потребления» [6, с. 7].

Афанасенко И. Д. и Борисова В. В. в своем учебнике «Логистика снабжения» отмечают, что «запасы играют роль фактора, сглаживающего неравномерности спроса, потребностей производства и сложности организации снабжения. Они необходимы при любых системах хозяйства. Главная проблема – определение объема запаса: их излишек увеличивает затраты на хранение, а недостаток создает угрозу срыва программы производства» [1, с. 199].

В современном бизнесе система управления запасами – это система, которая объединяет все аспекты управления материальными запасами предприятия, включающими доставку, покупку, получение, складирование, товарооборот, отслеживание и дальнейшее регулирование. Эти системы часто различаются в зависимости от типа управления. Таким образом, системы управления запасами – уникальные инструменты, которые помогают предприятию измерить и уравновесить свои действия.

Лебедев В. Г., автор учебника «Управление затратами на предприятии», подчеркивает, что «управление объемами запасов, конечно, требует дополнительных усилий и затрат, но оно того стоит, если целью деятельности поставлено достижение высокой результативности и дальнейшее развитие предприятия» [3, с. 146].

Любые запасы, находящиеся в фирме, отвечают своим будущим требованиям в производстве и продаже. На основе взглядов Ереминой О. Ю. и Магомедова Ш. Ш. можно сделать заключение, что так как запасы представляют собой

довольно сложное явление, которое вызвано сочетанием характеристик входящего и выходящего материальных потоков, для дальнейшего управления ими следует воспользоваться рядом показателей, характеризующих запасы и их состояние с разных сторон [2, с.158] [4, с. 85].

Представим такие показатели схематично на рисунке 1.



Рис. 1. Показатели, характеризующие запасы и их состояние

Динамика пополнения запаса позволяет описать входящий поток складского материала.

Динамика отгрузок запаса позволяет описать поставки материала, поступающие со склада.

Динамика остатков запаса позволяет выявить количество неиспользуемых, устаревших или некондиционных запасов.

Средний уровень запаса составляет половину размера объема готовой продукции на складе компании, который фирма обязана иметь для качественного удовлетворения потребителей.

Запасоемкость – это показатель, отражающий отношение величины запасов товарно-материальных ценностей к объему реализации продукции, работ и услуг в масштабе конкретного предприятия.

Обеспеченность потребностью в запасах означает период, в течение которого удовлетворяются требования в товарах с учетом текущего заводского запаса.

Скорость обращения запаса позволяет измерить два параметра, присущие товарным запасам: время и скорость их обращения, анализ этого параметра позволяет избежать затоваривания складов.

Время оборота запаса говорит о том, сколько дней компания потратила на то, чтобы в полной мере реализовать свои запасы. Кроме того, этот показатель показывает, на сколько дней имеющихся запасов будет достаточно. Компании используют данный показатель, чтобы оценить свою эффективность с точки зрения использования запасов.

В то же время, задача управления запасами заключается в минимизации затрат для создания материальных запасов, гарантируя гладкое функционирование [5, с. 34]. Чтобы достигнуть цели управления запасами, фирма должна уметь определять оптимальный уровень запасов. Для этого необходимо применять соответствующие модели по контролю уровня запасов.

К таким моделям можно отнести:

1) Модель Economic Order Quantity (EOQ). Цель использования данного метода состоит в том, чтобы минимизировать стоимость товарных запасов, в том числе всевозможные издержки.

2) Модели выявления номенклатурных групп, каковыми являются ABC и XYZ анализы. Анализ ABC позволяет нам узнать, какой продукт приносит наибольший доход, а анализ XYZ показывает однородность спроса на продукцию. Дальнейшее объединение этих методов является полезным способом для дальнейшей организации управления запасами.

3) Метод «Точно в срок» (Just-In-Time). Данный метод предполагает, что материальные запасы оказываются на фирме в тот момент и в том количестве, когда это строго необходимо. При таком методе предприятие может устранить свои простои, уменьшить запасы на складе или же попробовать свести их к нулю.

4) Модель «Минимум – Максимум». Данная модель ориентирована на ситуацию, когда затраты на учет запасов и издержки на оформление заказа настолько значительны, что становятся соизмеримы с потерями от дефицита запасов.

Подводя итоги, можно сказать, что все рассмотренные выше системы контроля уровня запасов применимы лишь к весьма ограниченному спектру условий функционирования и взаимодействия поставщиков и потребителей. Повышение эффективности использования систем управления запасами в логистической системе организации приводит к необходимости разработки оригинальных вариантов, рассмотренных выше систем контроля уровня запасов.

Список литературы

1. *Афанасенко И. Д., Борисова В. В.* Логистика снабжения: Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. [Текст]. – СПб: Питер, 2016. – 384 с.
2. *Еремينا О. Ю.* Товарный менеджмент: учеб. пособие. [Текст]. - М.: НИЦ ИНФРА. – М.: 2013. - 234 с.
3. *Лебедев В. Г., Дроздова Г. Г., Кустарев В. П.* Управление затратами на предприятии: Учебник для вузов. 5-е изд. Стандарт третьего поколения. [Текст] – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
4. *Магомедов Ш. Ш.* Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров. [Текст]. - М.: Дашков и К, 2016. - 176 с.
5. *Меньшикова М. А.* К вопросу о выработке эффективного стиля управления [Текст] / *М. А. Меньшикова, С. А. Гальченко* // Auditorium. – 2014. – №3(3). – С. 32-35.
6. *Стерлигова А. Н.* Управление запасами в цепях поставок: учебник [Текст]. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 432 с.

Т. С. Шаймерденов

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан, г. Астана

Научный руководитель: К. А. Омарова

Инновации в системе бронирования для развития туризма в РК на примере системы бронирования «AMADEUS»

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Для целого ряда стран и регионов туризм служит источником значительных валютных поступлений, способствует созданию дополнительных рабочих мест и обеспечению занятости населения, расширению международных контактов и т. д.

Информатизация, то есть проникновение современных информационных технологий в различные сферы человеческой деятельности, на сегодняшний день оказывается едва ли не единственным фактором повышения эффективности технологических процессов разработки и реализации туристического продукта, важность которого до сих пор не осознана многими организациями, предприятиями и учреждениями индустрии туризма [1].

Казахстан медленными, но уверенными шагами продвигает виртуальные туры по всей территории страны, по самым привлекательным туристическим объектам в 3D формате. Например, интернет- сайты, как 3dtour.kz, virtualtour.kz.

Мы предлагаем рассмотреть необходимость применения инноваций системы бронирования «AMADEUS» в развитии туризма в Казахстане. «AMADEUS» была основана в 1987 г. тремя крупными европейскими авиакомпаниями «Air France», «Iberia» и «Lufthansa», а также 25 более мелкими авиакомпаниями. В настоящее время эта система бронирования является крупнейшей в мире. Ее центр расположен в небольшом немецком городке Эрдинг. Маркетинговые отделы находятся в Мадриде и Ницце. Будучи в начале своего развития преимущественно европейской системой бронирования, несколько лет назад «AMADEUS» совершила своеобразный прорыв на американский рынок, приобретя компьютерную систему бронирования «System On». Помимо Европы «AMADEUS» занимает лидирующее положение в Южной Америке и в настоящее время пытается завоевать позиции в Юго-Восточной Азии. В системе «AMADEUS» представлены ресурсы провайдеров «АВИА», «ОТЕЛИ», «АВТОМОБИЛИ», «СТРАХОВАНИЕ».

Глобальные дистрибутивные системы (ГДС) являются важным составным элементом информационных технологий в области авиационных перевозок, во многом определяя эффективность коммерческих процессов в авиакомпаниях.

Наряду с другими ГДС система «Amadeus» является связующим звеном между поставщиками туристического продукта (авиакомпаниями, гостиничные цепочки, компании по прокату автомобилей) и потребителями этих ресурсов (турагентства, корпорации, конечные пользователи Интернета). Основанный четырьмя ведущими европейскими авиакомпаниями (AF, SK, LH и IB) в 1987 г., «Amadeus» сегодня представляет собой глобальную систему с 70 представительствами по всему миру и центрами в Мадриде, Ницце, Майами, Бангкоке, Буэнос-Айресе, Лондоне и Сиднее. Около 5000 сотрудников компании обеспечивают работу системы более чем в

60000 туристических агентств и 10000 офисов собственной продажи авиакомпаний. Только за 2011 г. вычислительный центр в Эрдинге (Германия) обработал 654 млн бронирований – с 2009 г. это самый высокий показатель в индустрии. Доля компании в общем объеме бронирований ГДС составила 28,8 % [2].

Решения, предоставляемые «Amadeus», отвечают как нуждам агентов, так и задачам собственных продаж авиакомпаний (AlteaSell, ранее известная как SystemUserAgreement). Более 140 авиакомпаний мира, включая AF, LH, В А, IB, АУ и т. д., используют систему для продаж в собственных офисах. Среди авиакомпаний это такие ведущие в своих странах перевозчики, как Aerosvit и AirAstana. Использование ГДС для собственных продаж позволяет авиакомпаниям максимизировать эффективность интерлайновых и трансферных продаж. Кроме того, это позволяет авиакомпаниям в процессе собственной продажи предоставлять дополнительный комплекс услуг (помимо самой перевозки): бронирование гостиниц, автомобилей, паромов, железных дорог, страховок – т. е. все то же, что доступно турагентам в ГДС.

Если говорить о рыночных аспектах, то «Amadeus», скажем, меньше, чем другие ГДС, представлен в США и, как следствие, меньше уязвим с точки зрения колебаний спроса на внутри американские перевозки. С другой стороны, владение 45,5 % рынка ГДС в Южной Америке и более чем 28,1 % в Юго-Восточной Азии четко характеризует диверсификацию географических интересов и обеспечивает стабильность работы компании.

«Amadeus» внимательно отслеживает все изменения, происходящие в мире, стараясь максимально адаптироваться к новым условиям быстроменяющегося рынка. «Amadeus» уже несколько лет активно развивает два других направления – информационные технологии (включая электронные билеты) и коммерцию в Интернете.

В области коммерции для Интернета «Amadeus» обеспечивает работу сайтов турагентств в 90 странах мира, более 200 сайтов корпораций (включая Oracle, Airbus, DaimlerChrysler, SAP...) и свыше 60 сайтов авиакомпаний (JL, RG, LH, IB...). Компания не только поддерживает работу, но и владеет 55 % крупнейшего европейского портала Opodo.

Непосредственно за этим началась миграция инвентарной системы BritishAirways и DBA; их перевод в AlteaPlan тоже прошел без осложнений и был закончен в марте этого года. На данный момент авиакомпании управляют в новой инвентарной системе перевозками с суммарным годовым объемом около 79 млн. пассажиров. При этом, безусловно, пригодился предыдущий опыт по миграции более чем 150 авиакомпаний мира в систему продаж AlteaSell.

Основной банк данных представляет собой информацию по бронированию гостиниц, авиабилетов и прокату автомобилей.

Крупнейший авиаперевозчик Центральной Азии «Эйр Астана» с 16.07.2008 полностью переходит на обслуживание пассажиров с помощью системы замены авиабилетов «Amadeus».

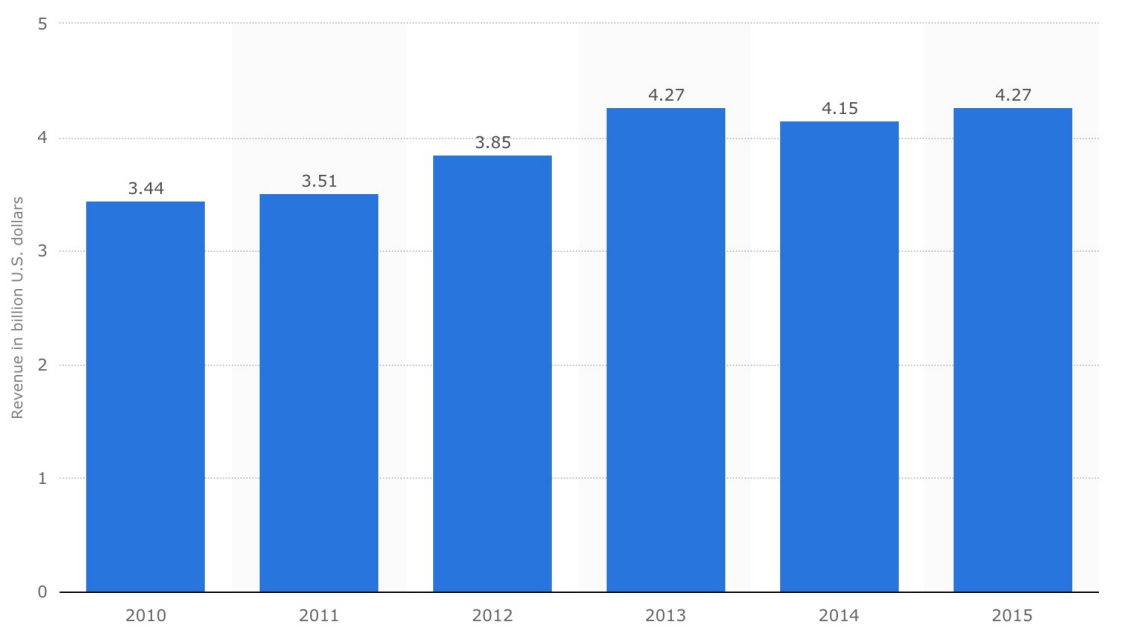


Диаграмма 1. Доходы Amadeus с 2010 по 2015 год, млн долл.

Источник: <https://www.statista.com>

«Эйр Астана» выбрала систему замены билетов «Amadeus» (АТС) после тщательной оценки ее возможностей и преимуществ. Благодаря нововведению клиенты авиакомпании «Эйр Астана» смогут значительно сэкономить свое время в случае замены билета, а агенты по продажам авиабилетов смогут избежать ошибок даже в ситуациях ранее требующих у сотрудника более пристального внимания. «Amadeus» полностью автоматизирует сложный процесс замены билета и помогает сэкономить до 80% времени. Она может быть использована для выпуска любого вида авиабилета на внутренних и на международных рейсах, с прошедшей датой вылета, онлайн, интерлайн- авиабилетов, с указанием класса/даты/номера рейса.

В 2008 году «Эйр Астана» дополнительно внедрила несколько новых функций к существующему продукту. Например, опцию ScheduleDriven, благодаря которой клиенты «Эйр Астаны» могут самостоятельно производить замену билетов на официальном сайте авиакомпании.

Список литературы

1. Концепция развития туризма в Республике Казахстан. О развитии туризма как доходной отрасли экономики в Республике Казахстан. – Алматы: Раритет, 2001. - С. 21.
2. Amadeus.com.
3. <https://www.statista.com>.

А. С. Шулика

Сергиево-Посадский колледж, Московская обл., г. Сергиев Посад

Научные руководители: А. В. Кушакова, Г. А. Носырева, О. А. Якименко

Актуальные проблемы туристического бизнеса в городе Сергиев Посад

Сергиев Посад является единственным городом, расположенным в Московской области, который был включен в состав Золотого кольца России. На территории города находится главная его достопримечательность, объект Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО - Троице-Сергиева лавра. Именно этот город каждый год посещают до полумиллиона туристов.

Сергиев Посад, безусловно, популярнейший туристический центр, однако для организации досуга туристов и поддержания постоянства туристического потока необходимо решение ряда вопросов: социально-экономических, культурных, политических, образовательных. Актуальность темы обусловлена тем, что современная индустрия туризма является одной из наиболее быстро развивающихся, динамичных и перспективных отраслей мировой экономики. Туризм способствует увеличению доходной части региональных бюджетов, повышению имиджа городов, решению социальных проблем, созданию новых рабочих мест. Отражение и решение актуальных проблем туристического бизнеса в городе Сергиев Посад позволит в значительной степени реализовать туристический потенциал региона.

Одна из важнейших проблем туристического бизнеса региона - проблема содействия в установлении конструктивного диалога между предпринимательским сообществом и органами государственной власти. Туристический бизнес является неотъемлемой частью инфраструктуры города и, безусловно, активным участником в диалоге с муниципальными властями. С 29 ноября по 1 декабря 2016 года при поддержке Торгово-промышленной палаты Сергиево-Посадского района прошел конгресс «Деловой туризм как инструмент развития малых городов России». Значительный интерес участников Конгресса вызвал круглый стол «Роль территориальных палат в продвижении туристического потенциала регионов». Спикеры, представители государственной власти района отметили, что в данном направлении идет активная работа и формирование благоприятных условий для развития туристического бизнеса в районе, совершенствования действующего законодательства [1, с. 4]. Кроме того, в 2017 году в Подмосковье планируется воплощение проекта «Повышение туристической привлекательности 10 основных туристических территорий Московской области (топ-10)», вошел сюда и Сергиев Посад. Таким образом, активная поддержка государства может дать мощный толчок к реализации туристического потенциала города.

Актуальной является проблема подготовки кадров для туристической и гостиничной сферы. В данный момент Сергиево-Посадский колледж осуществляет подготовку кадров по специальности менеджер гостиничного сервиса. Данная специальность дает возможность формирования компетентного кадрового потенциала района в сфере гостеприимства. Студенты принимают активное участие в конференциях, олимпиадах, посещают различные гостиницы в целях

повышения уровня знаний. А самое главное, одаренные студенты участвуют в чемпионате WorldSkills – международном некоммерческом движении, целью которого является повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем гармонизации лучших практик и профессиональных стандартов во всем мире.

В современном мире актуальным является бренд-позиционирование территории. В связи с экономическими преобразованиями последних лет вопросы территориального маркетинга встают перед российскими специалистами все чаще. В рамках фестиваля рекламы HERMES в 2015 году по заказу администрации города проходила работа студентов ГБПОУ Первого московского образовательного комплекса по разработке бренда «Сергиев Посад – душа России». Ребята показали творческий подход в создании и анализе визуального образа территориального бренда. Один из самых сильнейших проектов – «Голубь» – был использован при оформлении улиц Сергиева Посада. В качестве основного символа города предлагалась икона «Троица», поэтому цвета проекта были взяты с нее, а воплощением стал голубь – символ мира. В определенной стилистике должны были украшать фасады зданий, остановки, создавать арт-объекты, сувенирную продукцию. Другой проект – «Душа России» – предполагал создание брендированных городских скамеек, систему визуальной навигации. Среди проектов были предложения и по разработке бренда «Сергиев Посад – леденцовый град» по аналогии с городом-шкатулкой, и проект «Город, который...» – верит, надеется, любит. Брендирование территории может не только развивать туристический бизнес, но и повышать лояльность граждан к своему городу.

Проблема в развитии сферы туристического бизнеса, которой стоит уделить особое внимание, это образование новых и модернизация существующих предприятий индустрии туризма. Гостеприимство и качество обслуживания является ключевым фактором привлечения и удержания туристов. Грамотное построение гостиничного бизнеса формирует положительное представление о регионе в сознании гостей. В городе Сергиев Посад много предприятий гостиничной индустрии. Некоторые из них развиваются и ориентируются при обслуживании гостей на европейские стандарты. Но прогресс не стоит на месте, поэтому предприятия города во многом уступают фешенебельным гостиничным сетям. Необходимо внедрять новые виды услуг и технологий в свой бизнес, проводить тренинги по повышению квалификации персонала, оптимизировать программу аутсорсинга, тактику продаж в сети интернет, создавать благоприятный имидж гостиницы.

«Сергиев Посад – душа России», а душа должна быть в постоянном развитии и гармонии с миром. Анализируя существующие проблемы туристического бизнеса в городе Сергиев Посад, можно сделать вывод, что все они решаемы, необходимо лишь приложить максимум усилий по всем направлениям деятельности.

Список литературы

1. Отчет по Конгрессу «Деловой туризм как инструмент развития малых городов России» [Электронный ресурс]. URL: <http://cs.туризм-мгр.рф/-/F5EsmDYjdPunQO1RLQ7INQ/sv/document/4c/12/ec/332467/479/итоги%20конгресса1.pdf?1481717002> (дата обращения 08.02.2017).